

**PREFERENSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT DALAM
MENGEMBANGKAN PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
KOTA TANJUNGPINANG**

TESIS

Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan
Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota

Oleh:

**ROZALENI
L4D003 106**



**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER TEKNIK PEMBANGUNAN WILAYAH DAN KOTA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2005**

**PREFERENSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT DALAM
MENGEMBANGKAN PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
KOTA TANJUNGPINANG**

Tesis diajukan kepada
Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota
Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro

Oleh :

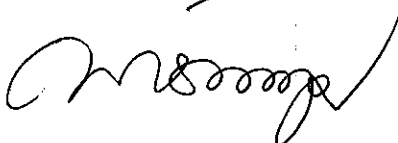
**ROZALENI
L4D003106**

Diajukan pada Sidang Ujian Tesis
Tanggal September 2005

Dinyatakan Lulus/Tidak Lulus
Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Magister Teknik

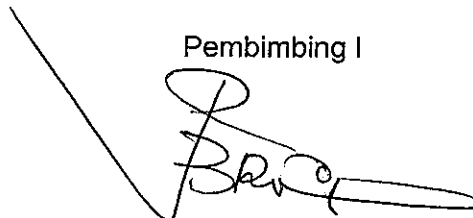
Semarang, September 2005

Pembimbing II



Ir. Wisnu Pradoto, MT

Pembimbing I



Drs. PM. Brotosunaryo, MSP

Mengetahui
Ketua Program Studi

Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota
Program Pascasarjana Universitas Diponegoro



Prof. Dr. Ir. Sugiono Soetomo, CES, DEA

UPT-PUSTAK-UNDIP

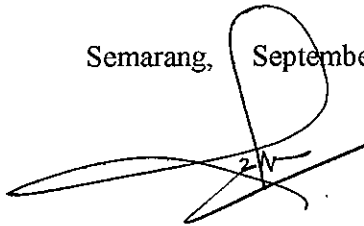
No. Daft: 4226 / T / MTPWK / C

Tgl. : 10 / 5 / 06

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi. Sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diakui dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila dalam Tesis saya ternyata ditemui duplikasi, jiplakan (plagiat) dari Tesis orang lain/Institusi lain, maka saya bersedia menerima sanksi untuk dibatalkan kelulusan saya dan saya bersedia melepaskan gelar Magister Teknik dengan penuh rasa tanggung jawab

Semarang, September 2005

A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop at the top and several sweeping strokes below, ending in a horizontal line.

ROZALENI
L4D 003 106

Hasil dari penyusunan Tesis ini kupersembahkan kepada

Suamiku yang tercinta **Drs. Hasanuddin**

Anak-anakku yang tersayang **Muhammad Fathurroyyan, Hanny
Khairunnisa dan Muhammad Luthfil Hadi**, yang telah memberikan
dorongan, semangat dan doa serta kesempatan untuk lebih mengembangkan
diri demi masa depan keluarga

Buat **mama dan kakak tersayang** yang telah memberikan dukungan moril
dan semangat dalam rangka menyelesaikan pendidikan Program Magister
Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota ini.

Dengan harapan semoga akan membawa manfaat baik bagi diri sendiri,
keluarga, bangsa dan agama.

ABSTRAK

Kota Administratif Tanjungpinang mempunyai status baru sebagai Kota Tanjungpinang setelah keluarnya SK Mendagri no 5 tahun 2001. Sebagai kota baru, Kota Tanjungpinang dituntut untuk segera melakukan pembangunan terutama di daerah pinggiran. Salah satu usaha Pemerintah Kota Tanjungpinang untuk membangun daerah pinggiran adalah dengan membuat pusat pertumbuhan baru yang bernama Pusat Bandar Baru Bintan Center yang diresmikan oleh Walikota Tanjungpinang pada tanggal 22 Juni 2003, yang sampai saat ini belum menunjukkan intensitas kegiatan seperti yang diharapkan. Pembangunan ruko-ruko di Pusat Perbelanjaan Bintan Center direncanakan berjumlah 1.500 ruko. Yang sudah dibangun berjumlah 835 ruko, 573 ruko sudah terjual dan dari ruko yang sudah terjual tersebut 165 ruko diantaranya sudah ditempati. Selebihnya masih merupakan bangunan kosong tanpa penghuni. Berdasarkan rumusan masalah ini, pertanyaan penelitian (research question) yang diajukan dalam studi ini, adalah **Bagaimana Preferensi Pedagang dan masyarakat dalam Mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang?**

Studi ini bertujuan untuk mencari faktor-faktor pengembangan berdasarkan preferensi pedagang dan masyarakat yang dapat digunakan untuk merekomendasikan upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Kota Tanjungpinang, pengembang dan investor. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan empirik yang digunakan untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi dan penyebaran penduduk di sekitar Pusat Perbelanjaan Bintan Center dan menggunakan pendekatan Positivistik Komparatif untuk membandingkan antara tuntutan teori dengan kondisi empiris di lapangan. Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas digunakan data primer dan sekunder. Teknik sampling yang digunakan adalah stratified random sampling dan accidental sampling.

Analisis yang digunakan dalam studi ini adalah analisis kesesuaian ruang, pelayanan Pusat Perbelanjaan Bintan Center, ketersediaan sarana dan prasarana dan analisis pengembangan pusat perbelanjaan pusat perbelanjaan Bintan Center. Kemudian faktor-faktor pengembangan pusat perbelanjaan dari beberapa literatur dan referensi di kombinasikan dengan preferensi dari pedagang dan masyarakat sebagai pelaku ekonomi di pusat perbelanjaan Bintan Center. Hasil dari kombinasi tersebut antara lain banyak kebutuhan dari pedagang dan masyarakat sebagai pelaku ekonomi di pusat perbelanjaan Bintan Center yang belum terpenuhi. Dari keseluruhan hasil analisis ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan tidak berkembangnya Pusat Perbelanjaan Bintan Center karena belum tersedianya fasilitas-fasilitas (seperti sarana rekreasi) yang dapat menarik perhatian pengunjung dan pedagang untuk datang dan berjualan di Pusat Perbelanjaan Bintan Center, Kurangnya promosi, baik dari Pemerintah Kota maupun pengembang, Belum masuknya angkutan umum hingga ke bagian dalam kawasan dan Belum lengkapnya jenis barang yang dijual serta masih rendahnya kualitas barang. Rekomendasi yang dapat diberikan kepada Pemerintah Kota dan pengembang adalah perlunya adanya kerjasama antara Pengembang dan Pemerintah Kota Tanjungpinang, mengaktifkan terminal yang ada agar dapat memancing masyarakat/konsumen untuk mengunjungi Pusat Perbelanjaan Bintan Center, mengadakan promosi agar ruko-ruko yang ada dapat dibuka dan aktifitas perdagangan dapat lebih ramai, segera mewujudkan pembangunan fasilitas-fasilitas yang belum tersedia dan perlunya pengaturan terhadap barang-barang yang dijual, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya

ABSTRACT

of Tanjungpinang City. One of Tanjungpinang City government effort to develop their suburban area is to build a new growth centre named Pusat Bandar Baru Bintan Centre that was declared by the Major of Tanjungpinang City on June 22, 2003, which unfortunately has not shown any intensity of activities this far as its expectation. Building of stalks in Bintan Shopping Centre was planed in 1500 units. Stalks which were built 835 units, 573 stalks have been sold and among that sold stalks there were 165 had been occupied. The rest were empty stalks without residence. According to the problem abbreviation, the research question in this study is: How is the preferency of trader and public in developing the Bintan Shopping Centre of Tanjungpinang City?

The purpose in this study is to find developing factors based on trader and public preference that can be used as recommendation for Tanjungpinang City government, investors, and developers. Study measurement to observe the research was empiric approach to observe the social economic condition and citizen spreading around the Bintan Shopping Centre, and comparative positivistic approach to compare between theory and empiric condition in field. To answer the research questions mentioned above used secondary data and primary data in order to collect final data. Sampling technique that used was stratified random sampling and accidental sampling.

The analysis in this study as space appropriateness analysis, the Bintan Shopping Centre service, tools and infrastructures availability and analysis of the Bintan Shopping Centre development according several combined literacy and references with unfilled preference from trader and people as economic actor at the Bintan Shopping Centre. From all analysis results, it concluded that unavailability of attractant facilities, less promotion whether from City government and developer, unavailability transportation media which entering the region and uncompleted and poor quality product which be sold, are factors which result on the Bintan Shopping Centre can not developed.

The recommendation for City government and developer are: required cooperation between City government and developer to activate existed terminal for attracting people/ consumer's interest to visit the Bintan Shopping Centre, performing a promotion to open existed

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan segala rahmat dan hidayah serta lindungan kasih sayang Allah SWT, maka laporan Tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini mengambil judul *Preferensi Pedagang dan Masyarakat Dalam Mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintang Center, Kota Tanjungpinang*.

Dalam penyusunan Tesis ini penulis mendapat bantuan dan dukungan dari banyak pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. DR. Ir. Soegiono Soetomo, CES, DEA selaku Ketua Program Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota, Universitas Diponegoro
2. PM. Broto Sunaryo, SE, MSP selaku Mentor dan Ir. Wisnu Pradoto, MT selaku co-mentor yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berarti bagi tersusunnya tesis ini
3. Ibu Walikota Tanjungpinang, Wakil Wali Kota Tanjungpinang dan Sekretaris Kota Tanjungpinang yang memberi banyak bantuan dalam mengatasi kesulitan-kesulitan teknis
4. Seluruh Dosen Pengajar di Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota yang telah memberikan tambahan wawasan kami dalam memandang perencanaan kota
5. Rekan-rekan seperjuangan atas masukan-masukan dan diskusi-diskusinya
6. Serta banyak pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu

Harapan penyusun dengan segala daya upaya yang selama ini kami lakukan semoga dapat memperoleh perhatian yang mendalam sebagai masukan untuk kegiatan penelitian, kajian lebih lanjut maupun untuk usaha penulisan yang lebih berkualitas. Besar doa kami studi ini dapat bermanfaat dan memberikan inspirasi bagi studi lanjutan.

Penulis

ROZALENI
L4D 003 106

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan dan Sasaran Studi.....	10
1.3.1. Tujuan Studi	10
1.3.2. Sasaran Studi	10
1.4. Ruang Lingkup Studi.....	10
1.4.1. Ruang Lingkup Substansial	10
1.4.2. Ruang Lingkup Spasial	12
1.4.3. Posisi Penelitian	14
1.5. Kerangka Pemikiran	15
1.6. Pendekatan dan Metoda Penelitian.....	18
1.6.1. Pendekatan Penelitian	18
1.6.2. Metode Penelitian	18
1.6.2.1 Kebutuhan Data.....	18
1.6.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	20
1.6.2.3 Teknik Pengolahan dan Penyajian Data	20
1.6.2.4 Teknik Sampling	21
1.6.2.5 Jumlah Populasi.....	23
1.6.2.6 Jumlah Sampel	23
1.6.2.7 Teknik Analisa	27
1.7. Sistematika Pembahasan.....	30
 BAB II PREFERENSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT	
DALAM MENGEMBANGKAN PUSAT PERBELANJAAN.	32
2.1. Pusat Perbelanjaan.....	32
2.1.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan.....	32
2.1.2 Fungsi dan Peranan Pusat Perbelanjaan	34

2.1.3	Klasifikasi Pusat Perbelanjaan.....	35
2.1.4	Kegiatan Pusat Perbelanjaan	38
2.2.	Pola Perjalanan Belanja	39
2.2.1	Interaksi Aktivitas Pusat Perdagangan, Pola Pergerakan Masyarakat dan Jaringan Jalan.....	40
2.2.2	Bangkitan Perjalanan	40
2.2.3	Atribut Bangkitan Perjalanan	41
2.2.4	Sistem Jaringan Jalan	41
2.3.	Lokasi Kegiatan Perdagangan dan Aglomerasi	42
2.4.	Sistem Pelayanan.....	44
2.5.	Persyaratan, Karakteristik dan daya Tarik	45
2.6.	Perkembangan Pusat Perbelanjaan	47
2.7.	Perdagangan dan Jasa	48
2.7.1	Pengertian Perdagangan	48
2.7.2	Barang dan Jasa yang Diperdagangkan.....	51
2.7.3	Komponen Penawaran Barang dan Jasa.....	54
2.8.	Perilaku Konsumen.....	55
2.8.1	Karakteristik Konsumen.....	58
2.8.2	Retailing Mix	59
2.9.	Pengembangan Pusat Perbelanjaan	65
2.10.	Preferensi Pedagang dan Masyarakat Dalam Mengembangkan Pusat Perbelanjaan	68

BAB III	KAJIAN UMUM KOTA TANJUNGPINANG DAN PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER.....	71
3.1.	Kajian Umum Kota Tanjungpinang	73
3.1.1	Letak Geografis.....	73
3.1.2	Kondisi Sosial Ekonomi.....	74
3.1.3	Sarana dan Prasarana.....	77
3.1.3.1.	Jaringan Listrik.....	77
3.1.3.2.	Jaringan Air Bersih.....	77
3.1.4	Eksistensi Pusat Perbelanjaan di Kota Tanjungpinang	78
3.1.5	Rencana Tata Ruang Kota Tanjungpinang.....	80
3.2.	Kajian Umum Pusat Perbelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang.....	86
3.2.1	Lokasi dan Penataan Pusat Perbelanjaan Bintang Center.....	86
3.2.2	Rencana Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center.....	88
3.2.3	Ketersediaan dan kondisi Sarana dan Prasarana di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang	90
3.2.3.1	Sarana Rekreasi	90
3.2.3.2	Sarana Transportasi	92
3.2.3.3	Sarana WC Umum.....	97
3.2.3.4	Sarana Air Bersih.....	97

3.2.3.5	Jaringan Telepon	98
3.2.3.6	Jaringan Listrik	98
3.2.3.7	Eksistensi Pusat Perbelanjaan Bintang Center	98
3.2.3.8	Preferensi Pedagang dan Masyarakat terhadap Ketersediaan dan Kondisi Sarana dan Prasarana Pusat Perbelanjaan Bintang Center	99

BAB IV ANALISIS DAN PENGEMBANGAN PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER, KOTA TANJUNGPINANG..... 116

4.1.	Preferensi Pedagang dan Konsumen Terhadap Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang.....	116
4.1.1	Usaha Sebelum Pusat Perbelanjaan Bintang Center Ada	116
4.1.1.1	Modal Usaha	117
4.1.1.2	Jam Buka Usaha	118
4.1.1.3	Jenis Barang-barang yang Dijual.....	120
4.1.1.4	Kondisi Omzet Sebelum dan Sesudah Berjualan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center	121
4.1.1.5	Kepemilikan Tempat Berjualan.....	122
4.1.1.6	Jumlah Langganan.....	124
4.1.1.7	Jenis Pengunjung yang Datang.....	125
4.1.1.8	Pola Pelayanan	126
4.2.	Pemanfaatan Pusat Perbelanjaan Bintang Center Oleh Masyarakat Sekitar	126
4.2.1	Jenis Kelamin.....	127
4.2.2	Tempat Tinggal.....	128
4.2.3	Tujuan Mengunjungi Pusat Perbelanjaan Bintang Center	130
4.2.4	Frekuensi Berbelanja	131
4.2.5	Alasan Berkunjung.....	133
4.2.6	Pencapaian Lokasi.....	133
4.2.7	Penataan Tempat Usaha	134
4.3.	Analisa Kesesuaian Ruang.....	137
4.4.	Analisis Pelayanan Pusat Perbelanjaan Bintang Center	142
4.5.	Analisis Ketersediaan Sarana dan Prasarana Pendukung Pusat Perbelanjaan Bintang Center	146
4.5.1	Analisis Ketersediaan Sarana Transportasi	148
4.5.2	Analisis Ketersediaan Ruang Parkir	149
4.5.3	Analisis Ketersediaan Ruang Terbuka Hijau.....	150
4.5.4	Analisis Ketersediaan Air Bersih dan Sanitasi	151
4.5.5	Analisis Ketersediaan Sarana Perdagangan.....	152
4.6.	Analisis Preferensi Pedagang Terhadap Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center	154

4.7. Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center	157
4.8. Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang.....	159
BAB V PENUTUP.....	164
5.1 Kesimpulan	164
5.2 Rekomendasi	166
5.2.1 Bagi Pemerintah Kota Tanjungpinang	166
5.2.2 Bagi Pengembang Pusat Perbelanjaan Bintang Center	167
DAFTAR PUSTAKA.....	168
LAMPIRAN.....	170
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	206

DAFTAR TABEL

TABEL I.1	: Data yang Digunakan dalam Kajian Preferensi Pedagang dan Masyarakat dalam Mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang	19
TABEL I.2	: Jumlah Sampel Pedagang Formal dan Informal	25
TABEL II.1	: Karakteristik Pusat Perbelanjaan.....	39
TABEL II.2	: Variabel Penentu Pengembangan Pusat Perbelanjaan.....	70
TABEL III.1	: Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kota Tanjungpinang Tahun 2001	74
TABEL III.2	: Jumlah Penduduk 10 tahun ke atas menurut Kegiatan Utama di Kota Tanjungpinang tahun 2001	76
TABEL III.3	: Banyaknya Tenaga Listrik yang digunakan Menurut Lokasi di Kota Tanjungpinang (KWH) tahun 2001	77
TABEL III.4	: Direktori Perusahaan Air Minum di Kota Tanjungpinang tahun 2001	78
TABEL III.5	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Ketersediaan Sarana Rekreasi	100
TABEL III.6	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Sarana Rekreasi yang perlu disediakan	100
TABEL III.7	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Ketersediaan Sarana Rekreasi	101
TABEL III.8	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Sarana Rekreasi yang Perlu Disediakan.....	101
TABEL III.9	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Ketersediaan Tempat Parkir	103
TABEL III.10	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kondisi Tempat Parkir	103
TABEL III.11	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Ketersediaan Tempat Parkir	104
TABEL III.12	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kondisi Tempat Parkir	104
TABEL III.13	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kondisi Jalan	106
TABEL III.14	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kondisi Jalan	107
TABEL III.15	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kondisi Sarana Pejalan Kaki	108
TABEL III.16	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kondisi Sarana Pejalan Kaki	109
TABEL III.17	: Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Cara yang dilakukan untuk Mengirim dan Menerima Barang	109

TABEL III.18 : Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Jumlah WC	111
TABEL III.19 : Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Tingkat Kebutuhan WC	111
TABEL III.20 : Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Jumlah WC	112
TABEL III.21 : Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Tingkat Kebutuhan WC	112
TABEL III.22 : Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kuantitas Sarana Listrik	113
TABEL III.23 : Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Ketersediaan Sarana Listrik	114
TABEL III.24 : Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kuantitas Sarana Air Bersih	115
TABEL III.25 : Kondisi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kuantitas Sarana Air Bersih	115
TABEL IV. 1 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Usaha sebelum di Bintang Center	117
TABEL IV.2 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Lokasi Usaha sebelum di Bintang Center	117
TABEL IV.3 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Modal Usaha	118
TABEL IV.4 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Jam Banyak Pengunjung	119
TABEL IV.5 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Lama Berdagang	120
TABEL IV.6 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Jenis Barang yang Dijual	120
TABEL IV.7 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Lama Usaha di Bintang Center	121
TABEL IV.8 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Omset Rata-Rata Selama di Bintang Center	121
TABEL V.9 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kepemilikan Ruko	122
TABEL IV.10 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Pungutan yang Pernah Ada	123
TABEL IV.11 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Peningkatan Pelanggan	124
TABEL IV.12 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Persaingan dalam Usaha	125
TABEL IV.13 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Golongan Pengunjung yang Datang Sebelum Usaha di Bintang Center	125
TABEL IV.14 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Golongan Pengunjung yang Datang	126
TABEL VI.15 : Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	127

TABEL IV.16 : Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin.....	128
TABEL IV.17 : Identitas Responden Menurut Tempat Tinggal.....	129
TABEL IV.18 : Identitas Responden Menurut Lokasi Tempat Tinggal	129
TABEL IV.19 : Perilaku Konsumen di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Tujuan Kedatangan	130
TABEL IV.20 : Perilaku Konsumen di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Tempat Belanja Sebelum di Bintang Center	131
TABEL IV.21 : Perilaku Konsumen di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Frekuensi Belanja Sebelum ada Bintang Center	132
TABEL IV.22 : Perilaku Konsumen di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Frekuensi Belanja Setelah Ada Bintang Center	132
TABEL IV.23 : Perilaku Konsumen di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Penurunan atau Peningkatan Berbelanja	132
TABEL IV.24 : Perilaku Konsumen di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Penurunan Atau Peningkatan Berbelanja	132
TABEL IV.25 : Perilaku Konsumen di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Alasan Berkunjung	133
TABEL IV.26 : Kondisi Spasial Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Pencapaian Lokasi	134
TABEL IV.27 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kesulitan Menempuh Tujuan	134
TABEL IV.28 : Kondisi Spasial Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Luas Tempat Belanja	135
TABEL IV.29 : Kondisi Spasial Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Keluhan Berbelanja di Bintang Center	135
TABEL IV.30 : Kondisi Spasial Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Penataan Tempat Berjualan	135
TABEL IV.31 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kerapian Tempat Usaha	136
TABEL IV.32 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Luas Tempat Usaha	136
TABEL IV.33 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kenyamanan Pengunjung	137
TABEL IV.34 : Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Menurut Kenyamanan Pedagang	137
TABEL IV.35 : Kondisi Eksisting Pusat Perbelanjaan di Kota Tanjungpinang.....	143
TABEL IV.36 : Jangkauan Pelayanan dari dan Menuju Bintang Center Menuju Dan Dari Pusat Perbelanjaan Lain.....	143

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	: Peta Administrasi Kota Tanjungpinang	3
GAMBAR 1.2	: Lokasi Pusat Perbelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang	4
GAMBAR 1.3	: Fasilitas Bangunan Bintang Center.....	6
GAMBAR 1.4	: Peta Lokasi dan Siteplan Bintang Center	13
GAMBAR 1.5	: Kerangka Pemikiran.....	17
GAMBAR 3.1	: Letak Geografis Kota Tanjungpinang	76
GAMBAR 3.2	: Sebaran Lokasi Pusat Perbelanjaan di Kota Tanjungpinang	79
GAMBAR 3.3	: Peta Rencana Tata Guna Lahan Kota Tanjungpinang	85
GAMBAR 3.4	: Peta Rencana Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center	91
GAMBAR 3.5	: Salah Satu Sarana Rekreasi yang Direncanakan Dibangun Di Bintang Center	93
GAMBAR 3.6	: Lahan Parkir Pertokoan di Bintang Center.....	94
GAMBAR 3.7	: Kondisi Jalan di Bintang Center	95
GAMBAR 3.8	: Fasilitas Pedestrian di Bintang Center	96
GAMBAR 4.1	: Peta Jangkauan Pelayanan Pusat Perbelanjaan Kota Tanjungpinang	147
GAMBAR 4.2	: Lokasi Parkir Ditempatkan di Depan ruko.....	149
GAMBAR 4.3	: Tanaman Yang Digunakan Untuk Penghijauan di Kawasan Bintang Center.....	151

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	: Kuessioner Untuk Pedagang	170
LAMPIRAN B	: Kuessioner Untuk Konsumen.....	183
LAMPIRAN C	: Kuessioner Untuk Pengembang.....	193
LAMPIRAN D	: Kuessioner Untuk Pedagang Kelontong	197
LAMPIRAN E	: Hasil Analisis SPSS	205

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 1983 tertanggal 18 Oktober 1983, dibentuk kota Administratif Tanjungpinang yang merupakan bagian dari Kabupaten Kepulauan Riau. Selanjutnya dengan SK Mendagri No. 5 Tahun 2001 tertanggal 21 Juni 2001, Kota Administratif Tanjungpinang dikembangkan menjadi Kota Tanjungpinang dengan batas wilayah Administratif sebelah Utara dengan Kecamatan Bintan Utara (Kabupaten Kepulauan Riau dan Kota Batam), sebelah Barat dengan Kecamatan Galang (Kota Batam), sebelah Selatan dengan Kecamatan Bintan Timur (Kabupaten Kepulauan Riau) dan sebelah Timur dengan Kecamatan Bintan Timur (Kabupaten Kepulauan Riau).

Jumlah penduduk Kota Tanjungpinang pada tahun 2001 mencapai 158.649 Jiwa (Tanjungpinang Dalam Angka, 2002). Jumlah penduduk tersebut tersebar di 4 (empat) Kecamatan, yakni Kecamatan Tanjungpinang Barat berjumlah 47.962 jiwa, Kecamatan Tanjungpinang Timur berjumlah 41.633 jiwa, Kecamatan Bukit Bestari berjumlah 51.250 jiwa dan Kecamatan Tanjungpinang Kota berjumlah 17.804 jiwa.

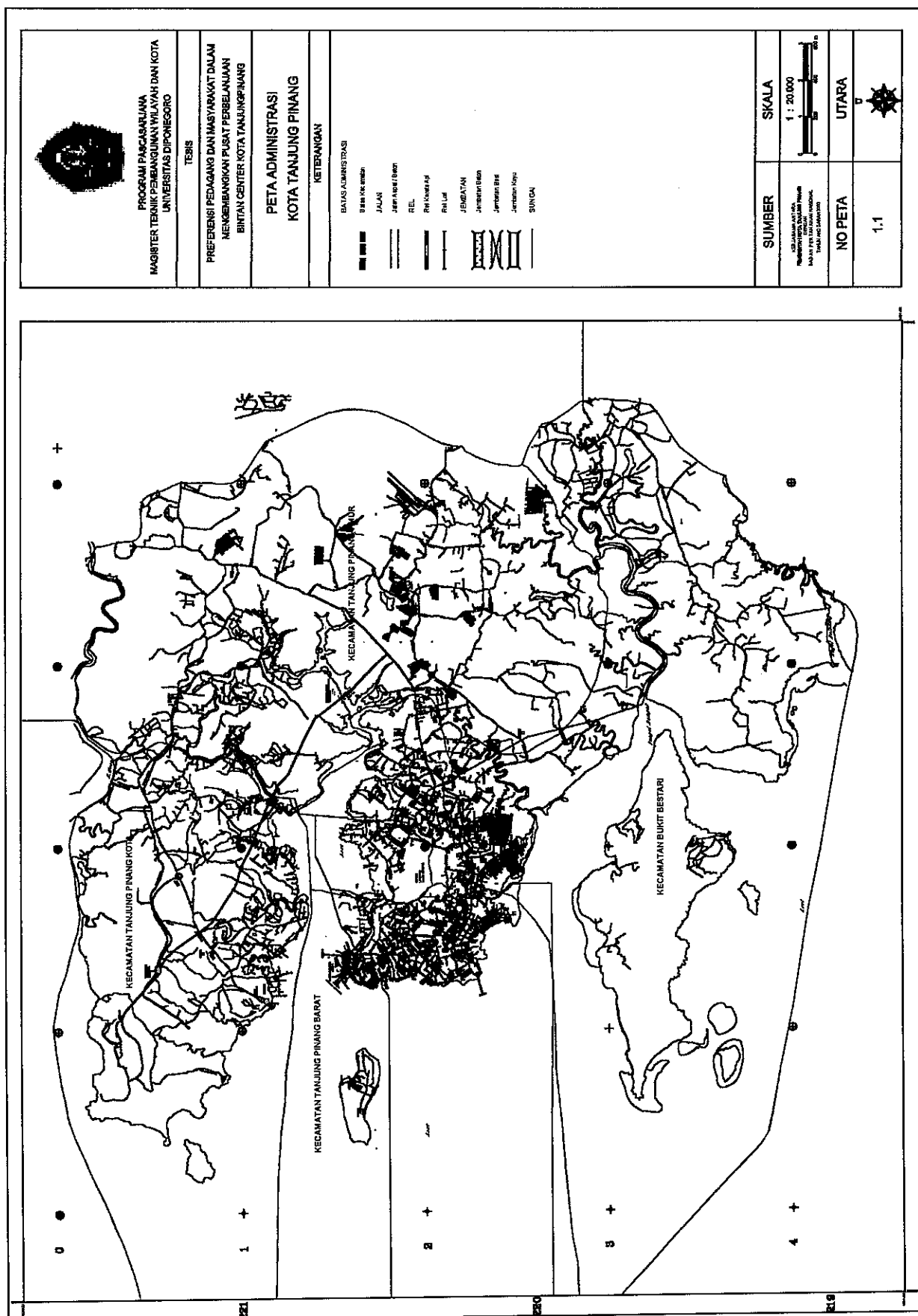
Dengan melihat persebaran penduduk di setiap kecamatan, dapat diketahui bahwa kecamatan Tanjungpinang Barat merupakan kecamatan yang paling padat penduduknya, yakni mencapai 1.390 jiwa/km². Sedangkan Kecamatan Tanjungpinang Timur dengan luas wilayah 83,5 km² hanya

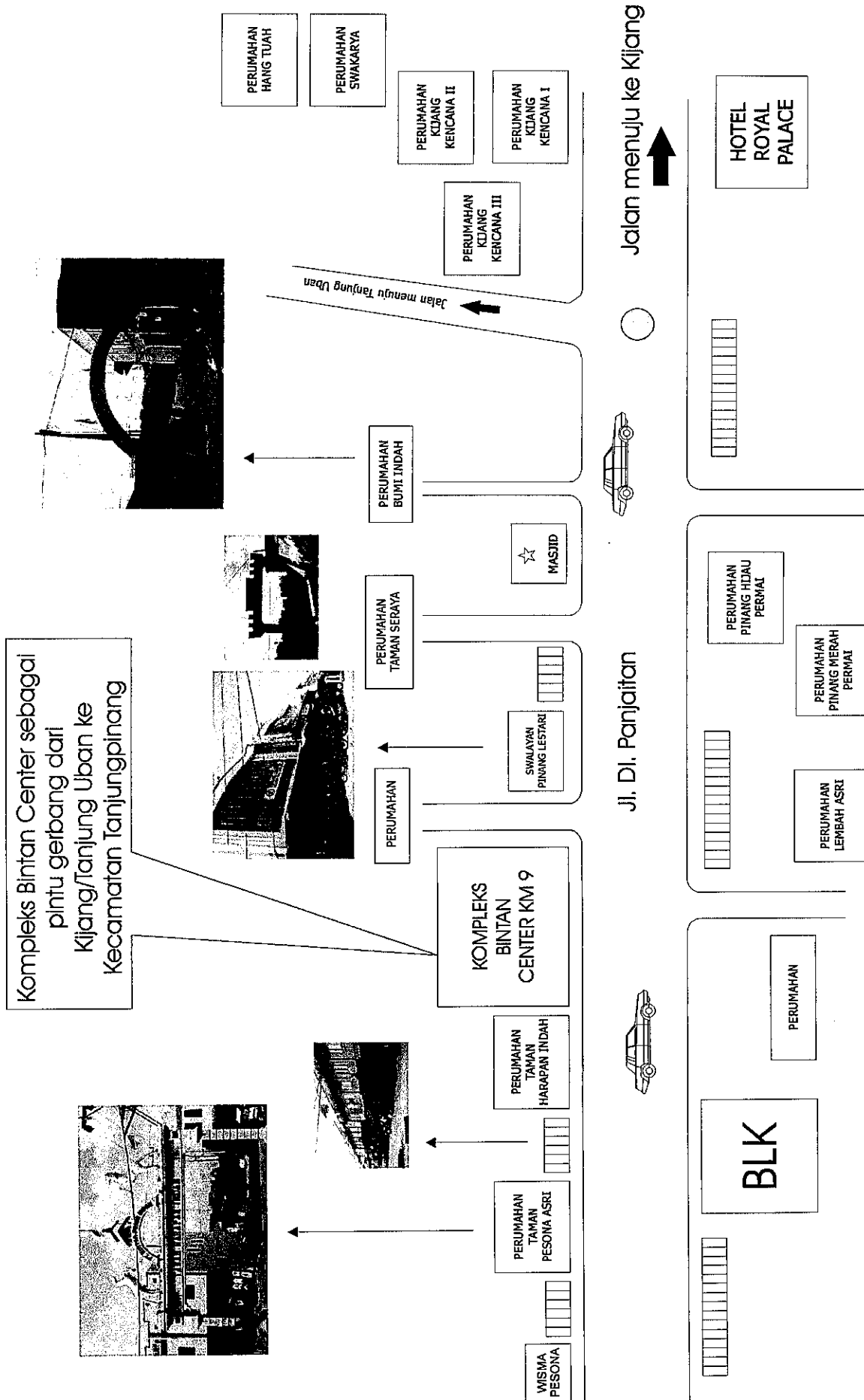
berpenduduk 41.633 jiwa, sehingga kepadatan penduduknya hanya 499 jiwa/km² dan merupakan kecamatan yang terjarang penduduknya.

Pusat perdagangan yang selama ini eksis berada di kawasan Kecamatan Tanjungpinang Kota dan merupakan pusat perdagangan yang paling banyak dikunjungi masyarakat Kota Tanjungpinang dan wisatawan manca negara, seperti dari Singapura dan Malaysia. Disamping itu, Kecamatan Tanjungpinang Kota yang merupakan Pusat Perdagangan adalah daerah dimana pelabuhan Internasional berada sehingga semakin memperpadat kegiatan di kawasan Kecamatan Tanjungpinang Kota.

Seiring dengan perkembangan Kota Tanjungpinang, Pemerintah Kota mencoba mengarahkan perkembangan kota ke daerah yang belum berkembang dan masih jarang penduduknya. Usaha dari Pemerintah Kota untuk mengembangkan daerah perkotaan yang terbelakang, antara lain dengan membangun Pusat Bandar Baru sebagai fasilitas perbelanjaan yang disediakan bagi masyarakat setempat. Salah satu Pusat Bandar Baru yang telah dibangun oleh Pemerintah Kota adalah *Pusat Bandar Baru Bintan Center* yang diresmikan oleh Walikota Tanjungpinang pada tanggal 22 Juni 2003.

Pusat Bandar Baru Bintan Center ini berada di lingkungan Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur yang dikelilingi oleh pusat permukiman penduduk. Selain itu, di sekitar Pusat Bandar Baru Bintan Center juga telah dibangun pusat-pusat perbelanjaan (swalayan) seperti Top Star, Pinang Lestari dan pertokoan-pertokoan lainnya. (Lihat gambar 1.1 dan 1.2)



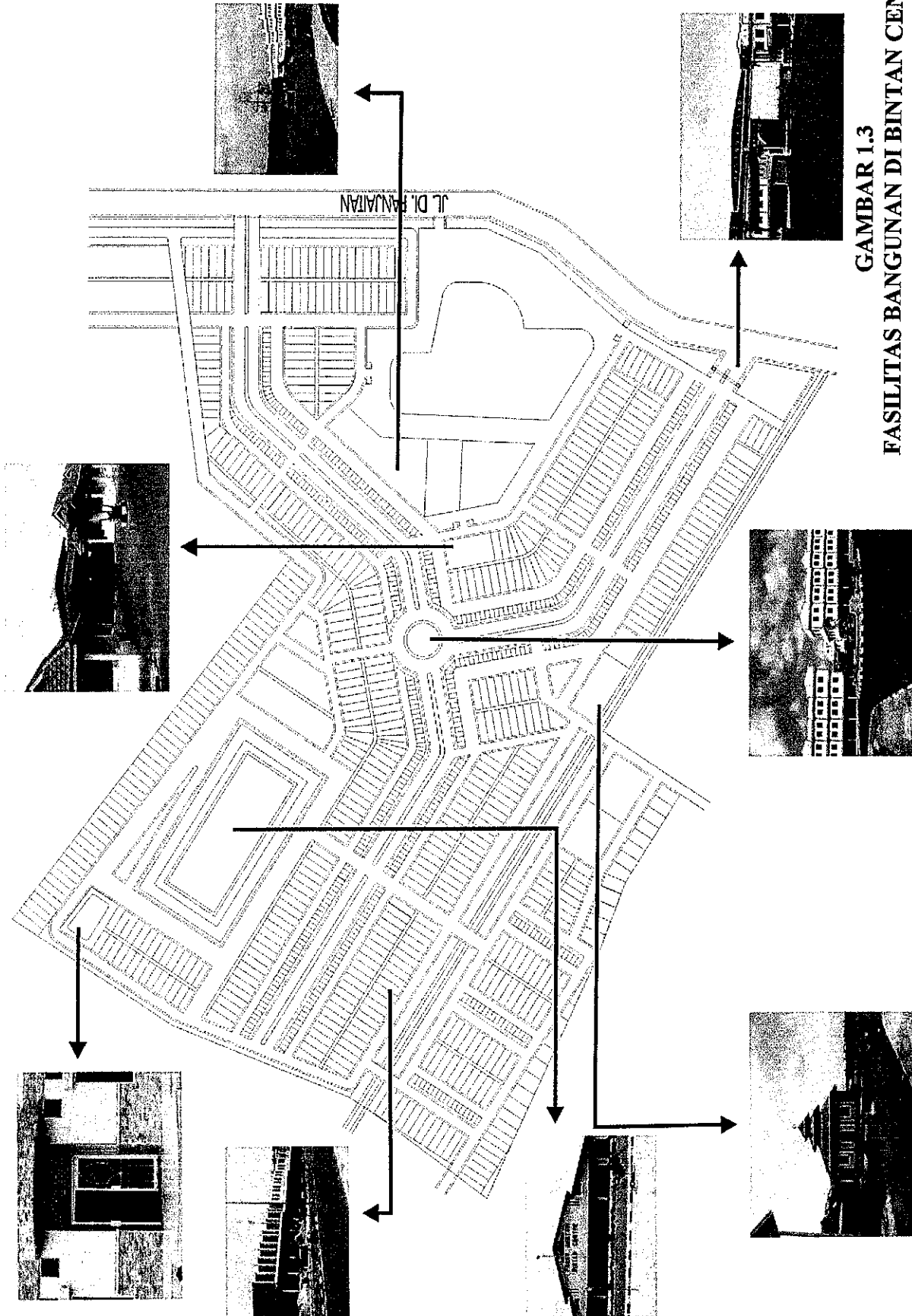


Gambar 1.2
Lokasi Pusat Perbelanjaan Bintan
Center Kota Tanjungpinang

Knox (1994: 111) menjelaskan bahwa daerah padat penduduk sebagai pusat kota akan dipadati pula dengan sejumlah fasilitas antara lain pusat perbelanjaan, dan menurut Raharjo (1982: 36), masyarakat konsumen akan cenderung berbelanja di tempat-tempat yang banyak pilihan, seperti tempat-tempat yang terdapat toko yang menjual barang berbagai keperluan sehari-hari, dan sebaliknya beberapa kegiatan atau usaha yang sama akan menguntungkan kalau lokasinya berdekatan sebagai suatu proses aglomerasi (Beddington, 1982:1). Berbelanja merupakan suatu aktifitas individu yang dilaksanakan diantara aktivitas-aktivitas lainnya yang pada umumnya dilakukan pada hari-hari tertentu. Dengan demikian pusat perbelanjaan bukan hanya sebagai tempat jual beli saja, tetapi juga merupakan pusat komunitas (*community center*), tempat masyarakat bertemu dan mengadakan interaksi sosial.

Bila dilihat pada kondisi fisiknya, Pusat Perbelanjaan Bintan Center yang sudah di bangun baru berupa ruko-ruko yang sampai saat ini baru dibagian depan yang terisi. Selain itu juga terdapat mesjid, sedikit tempat bermain anak-anak, terminal transport, pasar tradisional, tempat untuk pedagang kaki lima (PKL), *shopping center* atau Super market, Pujasera, poliklinik dan apotik serta sedikit penghijauan. Pembangunan fasilitas yang lain masih dalam proses penyelesaian dan untuk lebih memperjelas bagian fisik yang sudah dibangun dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut ini.

GAMBAR 1.3
FASILITAS BANGUNAN DI BINTAN CENTER



Fasilitas perdagangan yang ada di perumahan-perumahan penduduk hanya berupa kios-kios kecil yang menjual 9 kebutuhan pokok. Itupun berada dalam jumlah yang relatif kecil, sehingga masyarakat dapat memenuhi kebutuhan mereka yang relatif lebih lengkap dengan banyak pilihan di Pusat Perbelanjaan Pusat Bandar Baru Bintan Center. *Beddington* juga mengatakan bahwa di dalam aktivitas berbelanja juga terdapat fungsi rekreasi. Penggabungan kedua fungsi tersebut (belanja dan rekreasi) akan menimbulkan suatu “sinergi”, yaitu kegiatan yang saling menguntungkan. Keuntungan lain dari penggabungan aktivitas belanja dan rekreasi tersebut, adalah (Sumarsono, 1993: 20-21):

- a. Meningkatkan daya guna semua potensi yang dimiliki.
- b. Menurunkan resiko usaha, akibat pasang surut perekonomian dan jumlah pengunjung/konsumen.
- c. Lebih menghidupkan suasana dan meningkatkan daya saing.
- d. Efisiensi semua fasilitas dan menurunkan prosentase biaya operasional dengan meningkatnya pendapatan.
- e. Kelebihan keuntungan akibat penggabungan dua potensi merupakan asset tersendiri yang dapat dimanfaatkan lebih lanjut untuk pengembangannya.

Lebih dari itu, kehadiran fasilitas umum ini seringkali menumbuhkan kegiatan-kegiatan tertentu. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Rahardjo (1982: 36) bahwa beberapa kegiatan tertentu memerlukan fasilitas umum dan memusat ditempat terdapatnya fasilitas tersebut. Dengan demikian kehadiran sebuah pusat perbelanjaan sebagai fasilitas umum kota akan mampu melahirkan fasilitas dan

kegiatan lain di sekitarnya, seperti kegiatan perdagangan dan jasa, baik yang bersifat formal maupun informal.

Kondisi yang seharusnya terjadi seperti yang dijelaskan di atas, tentunya akan memacu minat dari para pengusaha dan para pedagang untuk membuka usaha mereka dipusat perbelanjaan tersebut. Kenyataan justru menunjukkan Pusat Perbelanjaan Bintan Center belum dapat berfungsi seperti yang diharapkan. Memperhatikan pada fenomena diatas, menarik kiranya untuk dilakukan kajian terhadap faktor-faktor yang dapat mendorong berkembangnya Pusat Perbelanjaan Bintan Center baik berdasarkan preferensi pedagang maupun masyarakat Kota Tanjungpinang.

1.2 Rumusan Masalah

Pusat Perbelanjaan Bandar Baru Bintan Center yang telah dibangun oleh Pemerintah Kota Tanjungpinang bersama pengembang, sampai saat ini belum menunjukkan intensitas kegiatan seperti yang diharapkan. Pembangunan ruko-ruko di Pusat Perbelanjaan Bintan Center direncanakan berjumlah 4.500 ruko. Yang sudah dibangun berjumlah 835 ruko, dan sampai saat ini pembangunan masih tetap dilaksanakan. Berdasarkan data dari pengembang, dari 835 ruko yang sudah dibangun, 573 ruko sudah terjual dan dari ruko yang sudah terjual tersebut 165 ruko diantaranya sudah ditempati. Selebihnya masih merupakan bangunan kosong tanpa penghuni.

Sementara itu, bangunan pusat perbelanjaan dan ruko-ruko yang berada di sekitar pusat perbelanjaan Bandar Baru Bintan Center justru terus bertambah dan berkembang. Permasalahan yang dapat diangkat dalam studi ini, adalah:

- a. Pusat Pembelanjaan Bintan Center sebagai pusat perdagangan di Kota Tanjungpinang belum berkembang. Walaupun sudah 573 ruko yang terjual dari 835 yang sudah terbangun.
- b. Untuk mengembangkan Pusat Pembelanjaan Bintan Center sebagai kawasan perdagangan, perlu dicari faktor-faktor pengembangannya melalui preferensi pedagang dan masyarakat.
- c. Belum berkembangnya pusat perbelanjaan Bandar Baru Bintan Center ini ditandai oleh:
 - 4.500 ruko yang direncanakan, 835 sudah dibangun
 - Belum semua ruko yang dibangun terjual
 - Sebagian besar ruko yang terjual belum dihuni dan dimanfaatkan sebagai aktivitas perbelanjaan

Mendasarkan pada rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian (*research question*) yang diajukan dalam studi ini, adalah **Bagaimana Preferensi Pedagang dan masyarakat Dalam Mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang ?**

1.3 Tujuan dan Sasaran Studi

1.3.1. Tujuan Studi

Studi ini bertujuan untuk **Mengetahui Preferensi Pedagang dan Masyarakat Dalam Mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang.**

1.3.2. Sasaran Studi

Untuk mencapai tujuan studi maka sasaran penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Mengetahui pertumbuhan dan persebaran penduduk di sekitar pusat perbelanjaan Bintan Center.
2. Mengidentifikasi aktifitas pusat perbelanjaan Bintan Center setelah semua fasilitas pusat perbelanjaan Bintan Center dibangun.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi berkembangnya pusat perbelanjaan Bintan Center berdasarkan preferensi masyarakat dan pedagang.
4. Memberi rekomendasi kepada Pemko dan pengembang dalam upaya pengembangan Bintan Center sebagai pusat perbelanjaan Kota Tanjungpinang.

1.4 Ruang Lingkup Studi

1.4.1. Ruang Lingkup Substansial

Studi ini mempunyai ruang lingkup pada kegiatan perdagangan dan jasa di Pusat Perbelanjaan Bintan Center, masyarakat yang berada di sekitar yang

memanfaatkan jasa pelayanan Pusat Perbelanjaan Bintan Center, pengembang Pusat Perbelanjaan Bintan Center dan Pemerintah Kota Tanjungpinang. Secara lebih khusus penelitian ini akan membahas mengenai :

a. Kajian Sosial, meliputi :

1. Laju pertumbuhan dan persebaran penduduk di sekitar Pusat Perbelanjaan Bintan Center (khususnya kelurahan-kelurahan di sekitar Pusat Perbelanjaan Bintan Center).
2. Kondisi penyebaran penduduk/masyarakat yang berada di Kota Tanjungpinang.
3. Inventarisasi dan Identifikasi Aktivitas Pusat Perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang.

b. Kajian Spasial meliputi :

1. Pemanfaatan Ruang *Public* dan Ruang *Private* yang digunakan sebagai pendukung kegiatan Pusat Perbelanjaan Bintan Center.
2. Perkembangan tingkat hunian ruko dan aktivitas lain yang berada di Pusat Perbelanjaan Bintan Center.
3. Hubungan aktivitas pusat perbelanjaan Bintan Center dengan aktivitas masyarakat terutama dengan aktivitas perdagangan yang sudah ada, baik formal maupun informal.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kurang berkembangnya suatu Pusat Perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang berdasarkan preferensi Pedagang dan Masyarakat.

- d. Merekomendasikan pengembangan Pusat Pembelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang berdasarkan preferensi pedagang dan masyarakat penggunaanya.

1.4.2. Ruang Lingkup Spasial

Pusat perbelanjaan Bintang Center yang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Tanjungpinang dan pihak pengembang sebagai pusat perbelanjaan Kota Tanjungpinang terletak di wilayah Batu VIII sampai dengan Batu X Kelurahan Air Raja Kecamatan Tanjungpinang Timur. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada gambar 1.4 dibawah ini.



PROGRAM PASCA SARJANA
MAGISTER TEKNIK PEMBANGUNAN WILAYAH DAN KOTA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2003

TESIS

PREFERENSI PEDAGANG DAN
MASYARAKAT DALAM
MENGEMBANGKAN PUSAT
PERBELANJAAN BINTAN CENTER
KOTA TANJUNGPINANG

PETA LOKASI & SITE PLAN BINTAN CENTER

KETERANGAN :

1. GERBANG MASUK & KELUAR
 2. RUKO (RUMAH TOKO)
 3. AREA PARKIR
 4. SUPAI / MUSHOLA
 5. PLAY CHILDREN
 6. FITNESS CENTER
 7. TENNIS COURT
 8. SHOPPING CENTER & SUPERMARKET
 9. KOLAM RECREASI
 10. RUJASERA
 11. PUSAT TRADISIONAL / PASAR PAGI
 12. AIR MANCUR
 13. RUMAH TYPE 45
 14. TANAH KAWAK-KAWAK
 15. GOR (LAPANGAN BASKET)
 16. PASAR BUAH
 17. POLIKLINIK & APOTEK
 18. PENGHIDJUAN
- KAWASAN TERBANGKUNYANG BELUM TERISI
■ KAWASAN TERBANGKUNYANG SUDAH TERISI

SUMBER

BAPPEDA
KOTA TANJUNGPINANG

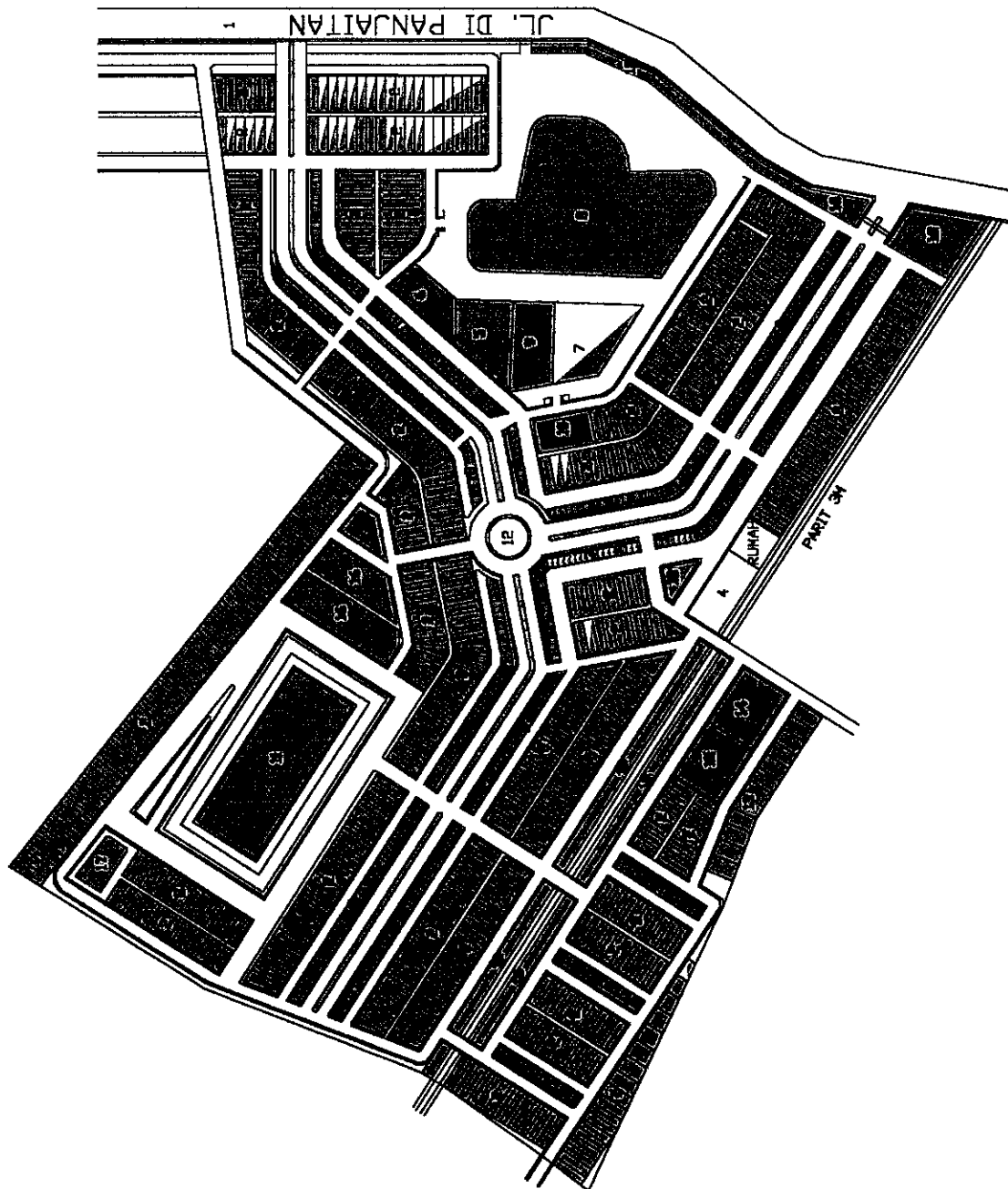
SKALA

1 : 20.000

NO PETA

1.4

UTARA



1.4.3. Posisi Penelitian

Penelitian Preferensi Pedagang dan Masyarakat dalam mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintang Center ini merupakan penelitian asli/original. Posisi penelitian terhadap penelitian yang lain adalah sebagai berikut :

1. Tesis Sonya Anggorowati, L4D001063 dengan judul Kajian Pengaruh Kemacetan Terhadap Aksesibilitas Melalui Manajemen Lalu Lintas di Kawasan Perdagangan Pasar Besar Malang. Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kemacetan terhadap aksesibilitas dari penelitian ini melalui pendekatan Metoda *Do- Nothing* dan *Do – Minimum*. Dari analisis ini dapat dibuktikan bahwa apabila kemacetan naik maka ksesibilitas turun, begitu pula sebaliknya. Rekomendasi yang diberikan pada Pemerintah Kota Malang yaitu melakukan perubahan sudut parkir dan penertiban sudut parkir disepanjang jalan yang ada pada sebagian besar ruas jalan tersebut.
2. Tesis Iswar Aminuddin, L4D002021 dengan judul Kajian Kinerja Jalan Dalam Mendukung Aktifitas Kawasan Perdagangan dan Jasa di Jalan M.T.Haryono Kota Semarang. Metoda penelitian yang digunakan dalam studi ini bersifat deskriptif, yang ditekankan pada analisis kuantitatif dan kualitatif terhadap kinerja jalan dalam mendukung aktifitas kawasan perdagangan dan jasa di sepanjang jalan M.T. Haryono. Rekomendasi yang dapat diberikan pada Pemerintah Daerah adalah perlunya dipikirkan bagi Pemerintah Kota Semarang untuk mengoptimalkan kapasitas jalan M.T.Haryono dengan menghilangkan kerb dan jalur lambat di sisi kiri jalan dan bagi instansi terkait agar melakukan optimalisasi pemanfaatan lahan di sepanjang kawasan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pusat Perbelanjaan Bintan Center ditetapkan sebagai pusat perdagangan oleh Pemerintah Kota Tanjungpinang, yang dibangun oleh pengembang bersama-sama dengan Pemerintah Kota Tanjungpinang pada tanggal 22 Juni 2003. Lokasi Pusat Perbelanjaan ini dikelilingi oleh pusat pemukiman seperti perumahan Bintan Center, Bumi Indah, Taman Seraya, Lembah Asri, Pekarangan Indah dan Pesona Asri. Selain itu, di Pusat Perbelanjaan Bintan Center juga telah dibangun pusat-pusat perbelanjaan lain.

Dengan kondisi seperti tersebut di atas, seharusnya menurut Knox (1994:111) bahwa daerah yang padat penduduk sebagai pusat kota akan dipadati pula dengan sejumlah fasilitas antara lain pusat perbelanjaan, dan menurut Rahardjo (1982:36), masyarakat konsumen akan cenderung berbelanja ditempat-tempat yang banyak pilihan.

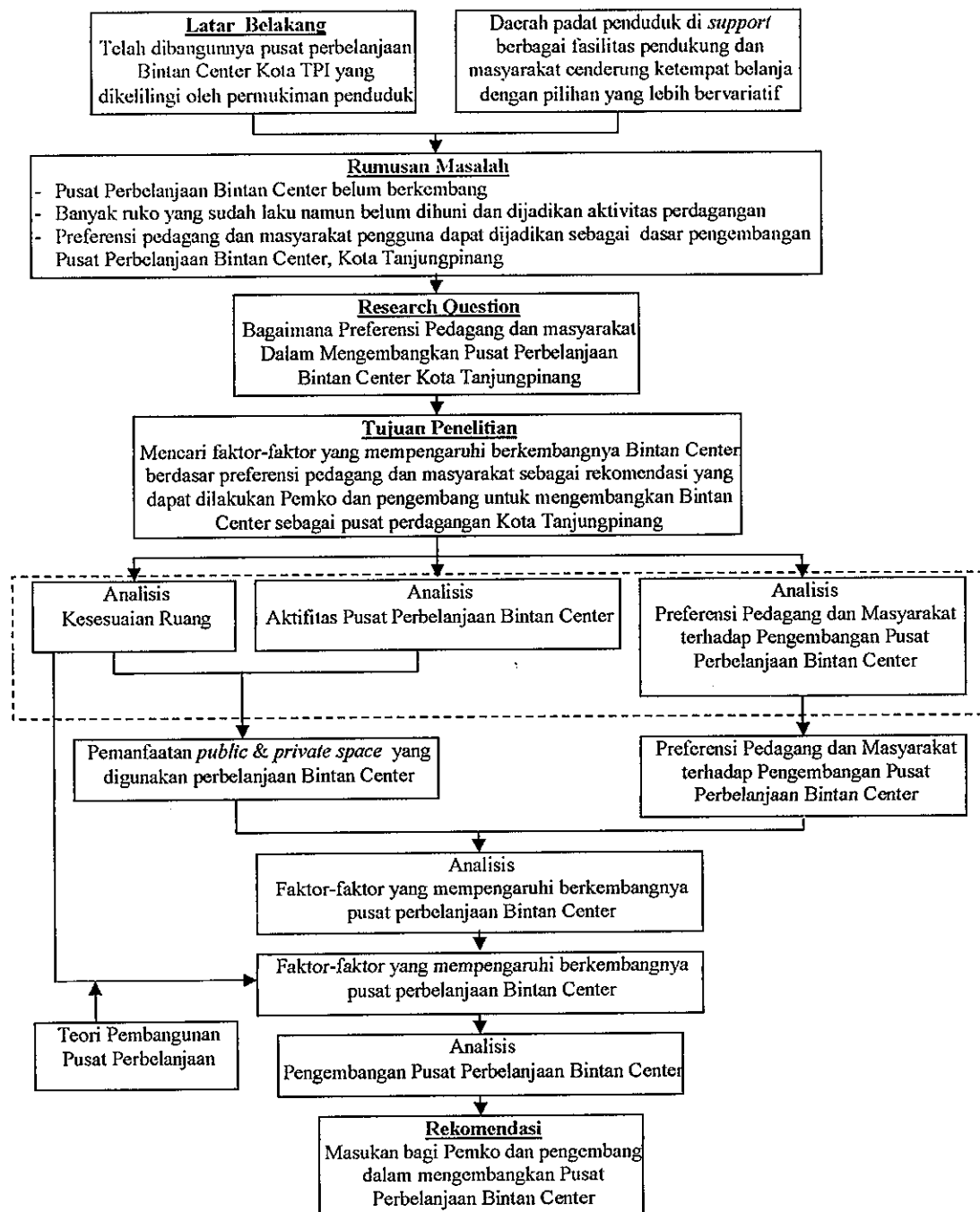
Sementara itu, pusat Perbelanjaan Bintan Center yang telah dibangun sampai saat ini belum menunjukkan kehidupan seperti yang diharapkan. Bangunan atau ruko-ruko yang berada di pusat perbelanjaan tingkat hunian dan aktivitasnya masih rendah, sehingga rumusan masalah yang dapat diangkat dalam kajian ini adalah sebagai berikut :

- a. Pusat perbelanjaan Bintan Center sebagai pusat perdagangan di Kota Tanjungpinang belum berkembang.
- b. Untuk mengembangkannya, perlu dicari faktor-faktor pengembangan berdasarkan preferensi pedagang dan masyarakat pengguna.

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut diatas, maka pertanyaan penelitian yang diangkat dalam studi ini adalah: ***Bagaimana Preferensi Pedagang dan Masyarakat Dalam Mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang.***

Teknik Analisis yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif, yakni membandingkan antara tuntutan teori dengan data yang diperoleh dari responden dan hasil pengamatan empiris, disamping data sekunder yang berhasil dikumpulkan. Dari hasil analisa yang dilakukan, akan ditarik suatu kesimpulan yang nantinya akan dijadikan sebagai bahan kajian dan rekomendasi yang dapat diberikan kepada Pemerintah Kota Tanjungpinang dan Pengembang Pusat Perbelanjaan Bintang Center.

Untuk memberikan gambaran yang lebih skematis tentang uraian kerangka pemikiran diatas, dapat dilihat pada gambar/skema kerangka pemikiran di bawah ini:



GAMBAR 1.5
KERANGKA PEMIKIRAN
PREFERENSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT DALAM
MENGEMBANGKAN PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER KOTA
TANJUNGPINANG

1.6 Pendekatan dan Metoda Penelitian

1.6.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini berusaha mencari faktor-faktor yang dapat mendorong agar Pusat Perbelanjaan Bintan Center dapat berkembang. Karena itu perlu diketahui kondisi dan situasi kegiatan perdagangan di Pusat Pembelanjaan Bintan Center saat ini, infrastruktur yang tersedia, keadaan sosial ekonomi masyarakat di sekitar Bintan Center sebagai pengguna jasa pelayanan Pusat Pembelanjaan Bintan Center. Untuk mengetahui kondisi dan situasi tersebut, perlu dilakukan beberapa pendekatan, antara lain :

- a. Pendekatan empirik yang dapat digunakan untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi dan penyebaran penduduk/masyarakat yang berada di sekitar pusat perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang.
- b. Pendekatan Positivistik dan Komparatif, untuk menguji apakah faktor-faktor pengembangan yang dituntut oleh teori terpenuhi pada Pusat Perbelanjaan Bintan Center dan membandingkan antara tuntutan teori dengan kondisi empiris dilapangan, yaitu untuk mengetahui sasaran pada kajian spasial, kondisi sosial ekonomi masyarakat pengguna inventarisasi dan identifikasi aktifitas Pusat Perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang..

1.6.2. Metoda Penelitian

1.6.2.1 Kebutuhan Data

Penelitian ini membutuhkan data primer yaitu mencari faktor-faktor yang dapat mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintan Center melalui preferensi

Pedagang dan Masyarakat. Sekunder yang digunakan sebagai data pendukung dari data primer yang nantinya akan dianalisis dan akan ditampilkan dalam bentuk tabel. Data Primer adalah data yang diambil dari sampel sebuah populasi di lokasi penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari non sampel yang diambil dari dokumen yang tersedia yang biasanya berasal dari suatu instansi tertentu. Untuk mengetahui kebutuhan data yang akan dicari dalam penelitian ini, dapat dilihat dari Tabel 1.1. dibawah ini.

TABEL 1.1
DATA YANG DIGUNAKAN DALAM KAJIAN
PREFERENSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT DALAM
MENGEMBANGKAN PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
KOTA TANJUNGPINANG

NO	JENIS ANALISIS	KEBUTUHAN DATA
1.	Analisis Kesesuaian Ruang	Rencana pengembangan pusat perbelanjaan Bintang Center RDTRK Kota Tanjungpinang Tahun 2004-2014
2.	Analisis Pelayanan Pusat Perbelanjaan Bintang Center	Jumlah penduduk Persebaran Lokasi pusat perbelanjaan di Kota Tanjungpinang Jarak antara Bintang Center dengan pusat perbelanjaan lain
3.	Analisis Ketersediaan Sarana dan Prasarana Pendukung Pusat Perbelanjaan Bintang Center	Ketersediaan tempat parkir Kondisi jalan Kondisi pedestrian Kondisi sarana internal pusat perbelanjaan Kondisi prasarana air bersih Kondisi prasarana drainase Kondisi prasarana kebersihan/sanitasi Kondisi sarana telepon Kondisi sarana listrik
4.	Analisis Preferensi Pedagang Terhadap Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center	Tanggapan ketersediaan sarana dan prasarana pusat perbelanjaan Tanggapan kualitas sarana dan prasaran penunjang di dalam kawasan pusat perbelanjaan Masukan untuk pengembangan pusat perbelanjaan dari sisi pedagang
5.	Analisis Preferensi masyarakat Terhadap Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center	Tanggapan ketersediaan sarana dan prasarana pusat perbelanjaan Tanggapan kualitas sarana dan prasaran penunjang di dalam kawasan pusat perbelanjaan Masukan untuk pengembangan pusat perbelanjaan dari sisi masyarakat

Sumber: Hasil Analisis, 2005

1.6.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian, digunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain: Teknik observasi-partisipasi terhadap objek penelitian, teknik wawancara langsung (*interview*), dengan menggunakan angket teknik wawancara terstruktur yang dipandu dengan menggunakan kuesioner dan studi literatur.

Data Primer dikumpulkan melalui wawancara dan observasi partisipasi yang dibutuhkan untuk memperdalam informasi bagi suatu masalah tertentu. Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui perpustakaan dan kunjungan insantansional ke Pengembang dan Pemerintah Kota Tanjungpinang.

1.6.2.3 Teknik Pengolahan dan Penyajian Data

Penelitian ini berusaha mencari faktor-faktor yang dapat mendorong agar Pusat Perbelanjaan Bintang Center dapat segera berkembang. Dengan demikian data primer diolah secara diskriptif-komparatif dan sebagian lagi disajikan dengan menggunakan tabel-tabel.

Penelitian ini juga memecahkan suatu permasalahan dengan kasus tertentu, khususnya mengenai pengembang. Karena itu dengan data sekunder (dan didukung dengan data primer), pengolahan data dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen perencanaan pengembang yang disajikan dalam bentuk gambar, peta dan lain-lain.

1.6.2.4 Teknik Sampling

Menurut Faisal (1981;34) penggunaan sampel dalam penelitian, pada dasarnya untuk mengambil sebagian dari populasi, akan tetapi kesimpulan-kesimpulannya bagi seluruh populasi atau dengan kata lain pengambilan sebagian dimaksudkan sebagai representasi atau perwakilan dari keseluruhan populasi, sehingga kesimpulan yang diperoleh dapat diberlakukan (generalisasi) bagi populasinya. Oleh karena itu diperlukan pilihan yang akurat, sehingga benar-benar bisa berfungsi sebagai representasi dari populasi.

Lebih lanjut Faisal mengatakan (1981;39) dalam penentuan jenis sampel, disamping pertimbangan-pertimbangan praktis dan fisibilitas (seperti soal waktu, dana dan personal) pertimbangan utamanya mestilah kepada relevansi dari suatu rancangan dengan karakteristik dan spesifikasi dari populasi yang dikaitkan dengan tujuan penelitian.

Ada beberapa tehnik sampling yang dapat digunakan dalam penelitian. Khusus untuk populasi pedagang dan pembeli dari Pusat Perbelanjaan Bintan Center, peneliti menggunakan teknik sampling Stratified Random Sampling, yang stratanya meliputi pedagang yang menempati Ruko, kios dan pedagang kaki lima yang ada di Pusat Pembelanjaan tersebut, dan jumlah sampel masing-masing strata ditetapkan dengan menggunakan metoda proporsional. Untuk memilih responden pengguna jasa Pusat Pembelanjaan Bintan Center (pembeli), digunakan teknik *Accidental Sampling*, yang dipilih dan diwawancarai pada saat mereka melakukan transaksi jual beli dengan pedagang. Menurut Hadi (1982;82) *stratified sampling* biasa digunakan jika populasi penelitian terdiri dari kelompok-

kelompok yang mempunyai susunan bertingkat. *Stratified Sampling* digunakan untuk penelitian yang tidak menghadapi suatu populasi yang utuh homogen, melainkan suatu populasi yang menunjukkan strata (lapisan-lapisan).

Populasi kegiatan perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintan Center beraneka macam, yaitu meliputi :

Dengan adanya kelompok-kelompok yang memiliki susunan tertentu, maka teknik sampling yang digunakan adalah *stratified random sampling*. Yang mana terdiri dari pedagang formal, pedagang informal (PKL), dan konsumen yang berdomisili di sekitar pusat perbelanjaan Bintan Center. Khusus untuk pengunjung Pusat Perbelanjaan Bintan Center dan penyedia jasa angkutan, digunakan teknik non random sampling (*ancidental sampling*), karena data pengunjung yang akan dijadikan sampel dan penyedia jasa angkutan yang datang ke wilayah penelitian tidak dapat diketahui secara pasti, baik dari segi jumlahnya maupun orangnya.

Hadi (1982;80) menyebutkan, dalam *non random sampling* tidak semua individu dalam populasi diberi peluang yang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel. Lebih lanjut disebutkan, dalam *incidental sampling* misalnya, hanya individu-individu yang kebetulan dijumpai saja yang diselidiki.

Dalam kasus penelitian ini karena individu dari suatu kelompok ada yang tidak diketahui secara pasti jumlah dan keberadaannya seperti angkutan Kota (transportasi), maka pengambilan sampel bersifat *non random sampling* dan pengambilan sampel dilakukan dengan cara *incidental sampling*.

1.6.2.5 Jumlah Populasi

a. Pedagang

Jumlah Populasi Pedagang Formal di Pusat Perbelanjaan Bintan Center sebanyak 165 pedagang. Sedangkan untuk pedagang informal seperti pedagang kaki lima yang menempati kios-kios yang sudah disediakan berjumlah 37 pedagang. Jadi total keseluruhan pedagang yang sudah berjualan di Pusat Perbelanjaan Bintan Center berjumlah 202 pedagang.

b. Masyarakat

Jumlah Masyarakat yang datang ke Pusat Perbelanjaan Bintan Center diestimasikan sekitar 3000 orang/hari. Dengan tujuan bermacam-macam, antara lain berbelanja dan rekreasi.

1.6.2.6 Jumlah Sampel

Ada beberapa pendapat tentang penentuan jumlah sampel. Menurut Soehartono (1999: 57) sampel yang paling ideal adalah bila diambil dari seluruh anggota populasi. Akan tetapi karena populasi penelitian cukup besar, sehingga tidak mungkin untuk diteliti seluruhnya dengan pertimbangan waktu, biaya dan tenaga yang tersedia. Bila demikian, maka penelitian hanya dapat dilakukan dengan mengambil sampel.

Menurut Hadi (1982: 74) jumlah sampel dapat ditentukan menurut perhitungan tertentu dengan mensyaratkan resiko kemungkinan sesat. Pada bagian lain Hadi (1982: 83) menyebutkan besarnya sampel dapat ditentukan secara kuota (jumlah yang ditetapkan). Sampel kuota yaitu bila jumlah sampel yang akan

diselidiki ditetapkan lebih dahulu. Setelah kuota ditetapkan, penelitian dilaksanakan. Mengenai siapa yang diinterview atau dikirim angket sama sekali diserahkan kepada tim pengumpulan data. Satu pesan yang diberikan kepada tim ini adalah bahwa yang diselidiki jumlahnya harus memenuhi kriteria yang ditentukan.

Dengan demikian ada berbagai macam cara untuk menentukan besarnya sampel. Populasi dari sampel penelitian ini ada yang dapat ditentukan dan ada yang tidak dapat ditentukan jumlahnya. Karena itu cara penentuan besar sampel yang diambil menggunakan beberapa cara. Untuk populasi yang diketahui jumlahnya akan digunakan perhitungan tertentu dengan menentukan resiko sesat. Cara ini digunakan untuk menentukan sampel dari populasi pedagang formal, pedagang informal dan konsumen yang berdomisili disekitar Pusat Perbelanjaan Bintan Center yang dapat diketahui jumlah populasinya. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus (Hadi, 1987:220).

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d^2 = toleransi nilai presisi dari rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang, yaitu 15 %.

a. Pedagang

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel untuk Pedagang Formal dan informal dengan jumlah populasi 202 pedagang dapat dilihat dari perhitungan dan pada Tabel 1.2 dibawah ini:

$$n = \frac{202}{202 (0,15)^2 + 1} = \frac{202}{5,545} = 36,43 \text{ (Dibulatkan menjadi 36)}$$

TABEL 1.2
JUMLAH SAMPEL PEDAGANG FORMAL DAN INFORMAL

NO	STRATA PEDAGANG	JUMLAH POPULASI	JUMLAH SAMPEL d = 0,15
1.	Formal	165	29
2.	Informal	37	7
	JUMLAH	202	36

Sumber: Hasil Analisis, 2005

b. Masyarakat

Jumlah sampel untuk masyarakat yang mengunjungi Pusat Perbelanjaan Bintan Center pada hari ramai rata-rata berjumlah sebesar 3000 orang. Jadi jumlah sampel yang bisa diangkat dari studi ini sebesar 44 responden dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{3.000}{3.000 (0,15)^2 + 1} = \frac{3.000}{685} = 43,79 \text{ (Dibulatkan menjadi 44)}$$

c. Pengembang dan Supir Angkutan Umum

Khusus untuk penyedia jasa angkutan, digunakan teknik non random sampling (*accidentak sampling*), karena jasa angkutan yang datang ke wilayah

penelitian tidak dapat diketahui secara pasti, baik dari segi jumlahnya maupun orangnya. Sehingga mereka tidak diberi peluang yang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel, hanya individu-individu yang kebetulan dijumpai saja yang diselidiki.

Dalam kasus penelitian ini karena individu dari supir angkutan umum tidak diketahui secara pasti baik jumlah maupun keberadaannya seperti angkutan kota (transportasi), maka pengambilan sampel bersifat *non Random Sampling* dan pengambilan sampel dilakukan dengan cara *incidental sampling*.

Untuk penentuan jumlah sampel yang akan diambil, peneliti hanya mengambil sampel sebanyak 5 orang supir angkutan umum, karena pada dasarnya mereka tidak mempunyai perbedaan atau mempunyai populasi yang homogen dan dalam teknik pengumpulan data, juga dengan melakukan wawancara terbuka, tanpa menggunakan kuessioner seperti yang dilakukan pada responden konsumen dan pedagang. Disamping itu, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh angkutan umum dalam memasuki kawasan Bintang Center Kota Tanjungpinang.

Dalam mencari informasi dengan pengembang, peneliti juga melakukan wawancara tidak terstruktur. Hanya berupa pedoman wawancara yang dilakukan dengan wawancara langsung. Jumlah sampel yang diambil juga tergantung dari tingkat kebutuhan yang diperlukan. Dalam arti kata seandainya wawancara dilakukan dengan satu bagian dari pengembang tersebut belum bisa menjawab pertanyaan penelitian, maka akan dilakukan wawancara ke bagian yang lain dari pengembang tersebut. Jumlah sampel

untuk pengembang juga tidak ditentukan. Tergantung dari kebutuhan data yang dicari dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian ini.

1.6.2.7 Teknik Analisa

Penelitian ini berusaha mencari faktor-faktor penyebab kurang berkembangnya Pusat Perbelanjaan Bintan Center sebagai Pusat Perdagangan Kota Tanjungpinang. Oleh karena itu teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dengan menggunakan Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*) dan Deskripsi Kualitatif yakni membandingkan antara tuntutan teori dengan data yang diperoleh dari responden dan dari hasil pengamatan di lapangan, disamping data sekunder yang berhasil dikumpulkan.

Untuk mengetahui pertumbuhan dan kegiatan perdagangan dan jasa di sekitar Pusat Perbelanjaan Bintan Center, dilakukan perhitungan jumlah kegiatan perdagangan sebelum dan sesudah Pusat Perbelanjaan Bintan Center ada.

Untuk mengetahui alasan para pengusaha/pedagang kurang berminat mengembangkan usahanya di pusat perbelanjaan tersebut, dilakukan pengambilan angket dengan melihat perbandingan antara keuntungan dan kerugian ditempat penjualan yang lama dengan keuntungan dan kerugian di tempat Pusat Perbelanjaan Bintan Center serta dengan melihat perbandingan jumlah pengunjung, sehingga akan diperoleh gambaran kenapa para pedagang/pengusaha kurang berminat dalam mengembangkan usahanya di pusat perbelanjaan tersebut. Dengan demikian teknik analisis bersifat deskriptif.

Untuk mengetahui perubahan pola berbelanja konsumen yang mengunjungi kegiatan perdagangan dan jasa sebelum dan sesudah adanya Pusat Perbelanjaan Bintan Center, dilakukan pengambilan angket dengan melihat kebiasaan berbelanja di tempat pusat perbelanjaan yang lama dan pusat perbelanjaan Bintan Center, sehingga akan diperoleh gambaran perubahan pola berbelanja konsumen. Dengan demikian teknik analisis bersifat deskriptif.

Untuk mengetahui perubahan pola pelayanan pedagang/jasa terhadap konsumen, dilakukan pengambilan angket dengan membandingkan cara pedagang melayani konsumen ketika ditempat berjualan yang lama dengan berjualan dipusat perbelanjaan Bintan Center.

Untuk mengetahui perubahan pemanfaatan ruang publik yang digunakan untuk kegiatan perdagangan dan jasa di pusat perdagangan Bintan Center akan dibandingkan pemanfaatan ruang publik sebelum dan sesudah pusat perbelanjaan Bintan Center ada dan beroperasi. Untuk mengetahui perubahan penataan lokasi yang digunakan bagi kegiatan perdagangan dan jasa di pusat perdagangan Bintan Center, akan dibandingkan letak lokasi kegiatan sebelum dan sesudah pusat perbelanjaan Bintan Center ada dan beroperasi. Perubahan pemanfaatan dan penataan lokasi perdagangan di Bintan Center ini akan menggunakan teknik analisis *superimpose*.

Dalam analisis pelayanan pusat perbelanjaan Bintan Center, menggunakan metode dari Hukum Reilly tentang gravitasi dari perdagangan retail. Dalam hukum tersebut menyatakan bahwa ketertarikan suatu kawasan perdagangan meningkat sebanding dengan besar kecilnya suatu kawasan

perdagangan dan berkurang dengan semakin jauhnya jarak kawasan perdagangan tersebut.

Dengan menggunakan Hukum Reilly tentang gravitasi,

$$S_{b,a} = \frac{D_{ab}}{(1 + \sqrt{\frac{P_b}{P_a}})}$$

dimana

$S_{b,a}$ = jangkauan pelayanan suatu kawasan dari titik A

D_{ab} = jarak antara titik A ke B dimana B adalah pusat pertumbuhan lain yang terdekat

P_a = jumlah penduduk di titik A

P_b = jumlah penduduk di titik B

Dari hasil analisa pertumbuhan dan kegiatan perdagangan dan jasa di pusat perbelanjaan Bintang Center, alasan para pengusaha /pedagang kurang berminat mengembangkan usahanya di pusat perdagangan tersebut, perubahan pola berbelanja konsumen, perubahan pola pelayanan pedagang/jasa terhadap konsumen, perubahan pemanfaatan ruang publik, dan perubahan penataan lokasi, maka akan diperoleh suatu rekomendasi tertentu bagi perbaikan dan saran agar pusat perbelanjaan Bintang Center dapat berfungsi sebagaimana yang diharapkan.

1.7 Sistematika Pembahasan

Laporan penelitian ini akan disajikan dengan susunan seperti dibawah ini:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini akan disajikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan sasaran penelitian, ruang lingkup baik substansial maupun spasial, kerangka pemikiran serta pendekatan dan metodologi penelitian.

Bab II Kajian tentang pengembangan kawasan perdagangan.

Dalam bab ini akan dikaji pengertian dan perkembangan kota, ruang publik, tempat perbelanjaan, perdagangan formal dan informal, perilaku konsumen serta pengembangan pusat perbelanjaan.

Bab III Kajian umum Kota Tanjungpinang dan pusat perbelanjaan Bintan Center.

Pada bab ini akan dikaji mengenai gambaran umum Kota Tanjungpinang termasuk letak geografis, jumlah penduduk, tingkat pendidikan, tenaga kerja serta sarana dan prasarana. Selain itu secara khusus akan dikaji mengenai pusat perbelanjaan Bintan Center termasuk kondisi sarana dan prasarana di pusat perbelanjaan Bintan Center, aktivitas perdagangan, perilaku konsumen serta pola spasial di pusat perbelanjaan Bintan Center.

Bab IV Analisis pengembangan pusat perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang.

Pada bab ini akan dibahas mengenai analisis kesesuaian ruang, analisis preferensi pedagang dan masyarakat terhadap pengembangan pusat perbelanjaan Bintan Center, pengembangan pusat perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang termasuk sarana dan prasarana serta pengembangan ruang terbuka hijau.

Bab V Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai temuan penelitian, kesimpulan dan rekomendasi dari hasil analisis penelitian.

BAB II

PREFERENSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT DALAM MENGEMBANGKAN PUSAT PERBELANJAAN

2.1 Pusat Perbelanjaan

2.1.1 Pengertian Pusat Perbelanjaan

Pengertian tentang pusat perbelanjaan bermacam-macam. Menurut Beddington (1982: 28), pusat perbelanjaan merupakan kompleks pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan atau dibeli.

Menurut Gibber (1959: 128), pusat perbelanjaan merupakan perkembangan bentuk dan gabungan dari *shopping street*, *shopping precinct*, *department store* dan super market. Letaknya strategis dan arealnya cukup luas. Sifat bangunannya permanen dan cukup mewah.

Menurut De Chiara (1969), pusat perbelanjaan merupakan kelompok bangunan pertokoan eceran atau kegiatan komersial yang saling menunjang, yang direncanakan sebagai satu kesatuan bangunan untuk memberikan kenyamanan bagi pembeli dan sebanyak mungkin memamerkan barang dagangannya, bahkan sering pula dilengkapi dengan fasilitas rekreasi untuk menarik pengunjung.

Menurut Darlow (1972), pusat perbelanjaan adalah suatu wadah untuk menampung kelompok-kelompok dagang yang melakukan kegiatan jual beli dan merupakan tempat penyaluran, perputaran dan pertemuan antara persediaan dan penawaran barang-jasa.

Menurut Beddington (1982), pusat perbelanjaan merupakan sarana perbelanjaan yang lengkap, direncanakan sedemikian rupa, sehingga toko-toko yang ada saling mendukung, dengan dilengkapi sarana rekreasi dalam upaya menarik pengunjung, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai tempat jual beli saja, tetapi juga sebagai tempat pergaulan masyarakat.

Menurut Uli (1985: 1), pusat perbelanjaan merupakan suatu kelompok usaha perdagangan yang tergabung secara arsitektural dalam wadah site yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki dan diatur menjadi satu kesatuan manajemen berkaitan dengan lokasi, ukuran dan tipe dari tokonya sesuai dengan daerah perdagangan yang dilayaninya. Selain itu juga menyediakan tempat parkir sesuai dengan tipe dan ukuran kota dari pusat perbelanjaan tersebut.

Menurut The American People Encyclopdia (1781: 332), pusat perbelanjaan merupakan suatu wadah yang dipergunakan sebagai tempat untuk menampung kelompok pedagang dalam suatu sistem manajemen terencana yang memberikan pelayanan terhadap kebutuhan ekonomi, masyarakat dalam suatu lingkungan tertentu, dan merupakan salah satu fasilitas kota untuk memberikan kenikmatan berbelanja.

Menurut Soekowiyono (dalam Nuswantoro, 1993: 20), pusat perbelanjaan merupakan suatu lembaga dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan itu selain berfungsi sebagai tempat untuk berbelanja, juga sebagai tempat untuk berkumpul dan berekreasi. Ketiga unsur ini umumnya berada dalam suatu pusat perbelanjaan dan pertumbuhannya akan saling mempengaruhi.

Menurut Chiara (1983: 713), pusat perbelanjaan merupakan suatu kompleks yang terdiri dari toko-toko eceran dan disatukan dengan fasilitas-fasilitas yang direncanakan untuk memberikan kenyamanan berbelanja yang maksimum dan keleluasaan maksimum bagi barang-barang dagangan.

Dari semua pengertian di atas dapat dikatakan bahwa pusat perbelanjaan memiliki pengertian suatu kumpulan bangunan pertokoan eceran atau komersial yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung dengan dilengkapi sarana rekreasi, berfungsi pula sebagai tempat pergaulan masyarakat (*community centre*) dan merupakan fasilitas kota yang mampu menghidupkan kota tersebut.

2.1.2 Fungsi dan Peranan Pusat Perbelanjaan

Selain fungsi utamanya sebagai pusat perbelanjaan, menurut Latief (dalam Nuswantoro, 1993: 40) pusat perbelanjaan mempunyai fungsi dan peranan sebagai berikut:

- a. Sebagai tempat peragaan untuk memasarkan sesuatu jenis barang kepada konsumen akhir untuk dapat mengukur kemampuan produksi dari sektor produsen.
- b. Sebagai *market test* terhadap barang-barang yang dipasarkan untuk mengetahui segi harga, kualitas, serta opini konsumen.
- c. Titik fokus kehidupan sosial masyarakat.
- d. Sebagai *community center*, yaitu tempat berkumpul atau interaksi sosial dan berekreasi.

Pusat perbelanjaan dapat diuraikan peranannya dari sudut perkotaan:

- Terhadap fungsi kota.
- Menghidupkan suasana dengan aktifitas yang dimiliki.
- Mempengaruhi stabilitas ekonomi.
- Sebagai salah satu mata rantai sistem distribusi barang/jasa yang merupakan kebutuhan masyarakat
- Terhadap perekonomian kota:
- Mempengaruhi stabilitas ekonomi
- Sebagai salah satu simbol mata rantai sistem distribusi barang dari produsen ke konsumen
- Sebagai fasilitas umum:
- Menyediakan kebutuhan hidup masyarakat.
- Tempat terjadinya pertukaran barang dan jasa.
- Sarana hiburan dan interaksi sosial.

2.1.3 Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan dapat dklasifikasikan menurut beberapa teori:

- a. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanan, pusat perbelanjaan dapat dibagi menjadi (jurusan Arsitektur UNTAR, 1983: 15):
 - Pusat perbelanjaan lingkungan, yaitu suatu pusat perbelanjaan dengan lingkup pelayanan meliputi suatu lingkungan perumahan atau beberapa perumahan.

- Pusat perbelanjaan wilayah, yaitu suatu pusat perbelanjaan dengan kemampuan pelayanan meliputi beberapa lingkungan kota, mempunyai lokasi yang strategis, tetapi tidak selengkap pusat perbelanjaan kota.
- Pusat perbelanjaan kota, yaitu suatu pusat perbelanjaan dengan kemampuan pelayanan meliputi seluruh kota dan sebagian kota.

b. Menurut Jenis Penyewa Utama

Menurut jenis penyewa utama, Pusat Perbelanjaan dapat dibagi mejadi (Chiara, 1983: 577):

- *Neighborhood Shopping Center*

Pusat perbelanjaan ini biasanya terdiri dari satu baris toko atau lebih yang parallel dengan jalan bebas hambatan, tersedia fasilitas parkir diantara jalan dan muka toko. Untuk pelayanan dilakukan dari berbagai gang di belakang toko. Pada pusat perbelanjaan ini yang utama adalah super market dan benda yang dijual adalah *conventions good*, yaitu barang-barang kebutuhan sehari-hari. Luasnya berkisar antara 1.860 – 9.300 m².

- *Community Shopping Center*

Pusat perbelanjaan ini terdiri dari satu baris atau lebih tetapi lebih besar dari *neighborhood shopping center*. Pada pusat perbelanjaan ini penyewa utamanya adalah unit department store yang besar dan sebagai pelengkap adalah super market, tetapi yang diutamakan adalah Departement store yang memberikan diskon atau special store yang kuat. Barang-barang yang dijual adalah *speciality good*, yaitu barang-barang seperti sepatu, pakaian,

arloji dan sebagainya, juga perabot rumah tangga, perlengkapan taman dan bangunan. Fasilitas parkir disediakan diantara jalan dan muka toko.

- *Regional Shopping Center*

Pusat perbelanjaan dengan penyewa utama satu atau lebih department store yang lengkap dengan 50 – 100 atau lebih toko dan fasilitas lainnya. Barang-barang yang dijual lebih bervariasi dan lengkap seperti *shopping good*, sehingga pembeli dapat memilih dan mempunyai keinginan untuk mengadakan perbandingan. Selain itu disediakan barang-barang umum dan pakaian, perabot dan peralatan rumah tangga, dan sebagainya. Fasilitas parkir terletak di sekeliling pusat perbelanjaan.

c. Menurut Fungsi Kegiatan

Menurut fungsi kegiatannya, pusat perbelanjaannya dapat dibagi menjadi (jurusan Arsitektur UNTAR, 1983: 11):

- Pusat perbelanjaan murni, yaitu pusat perbelanjaan yang fungsi bangunannya tidak hanya sebagai tempat berbelanja, tetapi juga sebagai *community centre*, tempat masyarakat saling bertemu dan bersantai/rekreasi. Pusat perbelanjaan tidak selalu mementingkan dari segi ekonomi, tetapi juga mementingkan dari segi sosialnya.
- Pusat perbelanjaan multi fungsi, yaitu pusat perbelanjaan yang selain memiliki fungsi sebagai pusat perbelanjaan murni, juga sebagai kegiatan perkantoran, apartemen, flat, dll.

2.1.4 Kegiatan Pusat Perbelanjaan

Pusat Perbelanjaan merupakan tempat yang menjadi pusat kegiatan niaga, baik penjualan eceran maupun dalam jumlah besar (Kamus Tata Ruang, 1996 :89). Pusat perbelanjaan berpengaruh pada struktur kota dalam menjual barang yang dibutuhkan konsumen akhir dan berfungsi sebagai ujung dari rangkaian kegiatan perindustrian barang (Asri, 1996 :4). Kelompok-kelompok kegiatan di Pusat Perbelanjaan sebagai berikut :

1. Kelompok kegiatan penyedia barang kebutuhan pokok. Contohnya: pasar.
2. Kelompok penyedia barang aksesoris yang menempati ruang tersendiri. Produk yang ditawarkan bersifat lebih beragam, seperti toko sepatu, tas, kacamata, dan lain-lain.
3. Penyedia barang pelengkap, yang sangat tergantung dari umur, profesi, kegemaran dan status sosial, seperti toko olah raga, toko mainan, kaset dan lain-lain.
4. Kelompok kegiatan lain yang menjual barang-barang tertentu dan menempati ruang-ruang bebas yang sudah diatur dalam mall/plaza, namun tetap dikenakan retribusi.

Fasilitas pusat perbelanjaan terdiri atas :

1. Fasilitas pusat perbelanjaan tradisional, terdiri atas bazar, pasar ikan, kios atau toko-toko yang berderetan sepanjang jalan.

2. Fasilitas pusat perbelanjaan modern, yaitu pusat perdagangan yang terencana terdiri atas beberapa toko yang dipersatukan satu kelompok (Duncan & Hollander, 1979 : 15)

Karakteristik pusat perbelanjaan dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

TABEL II.1
KARAKTERISTIK PUSAT PERBELANJAAN

KARAKTERISTIK KEGIATAN	INTENSITAS KEGIATAN	SKALA PELAYANAN
Pasar Tradisional	Sangat tinggi	Regional dan kota
Pusat perbelanjaan	Tinggi	Regional dan kota
Pertokoan	Sedang tinggi	Kota dan lokal
PKL	Sedang	Lokal

Sumber: Duncan & Hollander, 1979

Karakteristik kegiatan pusat perbelanjaan menunjukkan jenis kegiatan yang ada di pusat perbelanjaan. Makin besar dan banyak barang yang dijual, maka makin banyak intensitas kegiatannya sehingga pergerakan masyarakat ke pusat perbelanjaan tersebut tinggi dan berasal dari lingkup lokal dan regional.

2.2 Pola Perjalanan Belanja

Pola perjalanan belanja menggambarkan tentang perjalanan yang dilakukan konsumen untuk berbelanja. Adapun pola perjalanan berbelanja dapat diklasifikasikan menjadi (Duncan & Hollander, 1979 : 24) :

- *Single Purpose Trip*

Yaitu perjalanan belanja yang diawali satu titik dan kembali ke titik yang sama. Rumah sama dengan titik awal, pusat perbelanjaan sama dengan titik

yang dituju. Pola ini sering dilakukan dengan pertimbangan jarak yang terdekat.

- *Multi Purpose Trip*

Yaitu perjalanan berbelanja dengan titik awal rumah tetapi titik yang dituju lebih dari satu dan beragam barang yang dibeli juga banyak.

2.2.1 Interaksi Aktivitas Pusat Perdagangan, Pola Pergerakan Masyarakat dan Jaringan jalan

Pusat perdagangan di perkotaan sebagian besar terletak di pusat kota. Alasan utama pusat perdagangan banyak terletak di pusat kota karena lokasi di pusat kota mempunyai suatu aksesibilitas (kemudahan hubungan) yang tinggi untuk mencapai beragam aktivitas yang terpusat didalam suatu daerah yang relatif kecil (Carter, 1982 : 21). Tetapi hal nya dengan lokasi di Pusat Perbelanjaan Bintan Center, dimana keberadaan Bintan Center tidak berada di pusat kota, tetapi disuatu kawasan yang dulunya sepi dan direncanakan akan menjadi sebuah pusat bandar baru Bintan Center. Sehingga lokasinya yang berada di luar pusat kota, walaupun akan memiliki kemudahan akses bagi mereka yang berada di Pusat Perbelanjaan Bintan Center.

2.2.2 Bangkitan Perjalanan

Bangkitan perjalanan berhubungan dengan penentuan jumlah pergerakan keseluruhan yang dibangkitkan oleh sebuah zona (Warpani, 1990 :106).

Penelaahan bangkitan perjalanan merupakan hal yang penting dalam proses perencanaan transportasi, karena dapat mengetahui jumlah perjalanan setiap zona. Bangkitan perjalanan adalah banyaknya perjalanan yang ditimbulkan oleh suatu zona atau daerah persatuan waktu. Perjalanan tergantung dari kegiatan kota karena penyebab perjalanan adalah kebutuhan manusia untuk melakukan kegiatan dan mengangkut barang kebutuhannya (Warpani, 1990 :107).

Bangkitan perjalanan terdiri atas :

1. lalu lintas yang meninggalkan suatu lokasi (*Trip production*)
2. Lalu lintas yang tiba disuatu lokasi (*Trip attraction*)

2.2.3 Atribut Bangkitan Perjalanan

Atribut penentu bangkitan perjalanan. Ada 10 faktor (Martin, B, 1989: 39–47) dan semuanya sangat mempengaruhi volume lalu lintas dan penggunaan sarana pengangkutan yang tersedia. Atribut tersebut adalah :

- | | |
|-----------------------------------|-----------------------|
| 1. Maksud perjalanan | 6. Jauh perjalanan |
| 2. Penghasilan keluarga | 7. Moda perjalanan |
| 3. Pemilikan kendaraan | 8. Pengguna kendaraan |
| 4. Guna lahan di tempat asal | 9. Guna lahan |
| 5. Jarak dari pusat kegiatan kota | 10. Tempat tujuan. |

2.2.4 Sistem Jaringan Jalan

Interaksi pergerakan masyarakat memerlukan perjalanan, oleh sebab itu akan menghasilkan arus lalu lintas. Transportasi membuat interaksi menjadi

mudah dan efisien. Komponen utama dari sistem tata guna lahan (perdagangan) dan transportasi adalah (Black, 1982: 12)

1. Tata Guna Lahan (*Transport Demand*)

Pengguna lahan sebagai kawasan perdagangan memerlukan perencanaan yang baik, sehingga akan membuat interaksi diantara tata guna lahan tersebut menjadi lebih gampang. Tata guna lahan akan menghasilkan lalu lintas seperti orang yang melakukan perjalanan dari dan ke zona tersebut.

Suatu guna lahan perdagangan menimbulkan interaksi terhadap pekerja dengan tempat kerja dan pembeli dengan pasar. Makin luas jangkauan pelayanannya, maka pergerakan orang tersebut makin besar.

2. Prasarana Transportasi (*Transport Supply*)

Prasarana transportasi terdiri atas jaringan transportasi didalam suatu kota dan jalan, tempat pejalan kaki, dan fasilitas serta rute angkutan umum. Selain itu terdapat karakteristik operasi dan jaringan jalan, kapasitas jalan dan rute, kapasitas dan frekwensi pelayanan dari angkutan umum.

3. Lalu Lintas (*Traffic*)

Lalu lintas merupakan hasil interaksi tata guna lahan perdagangan dan prasarana transportasi. Jalan adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun, meliputi segala bagian jalan termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas (Undang-Undang Nomor 13 tahun 1980). Jaringan jalan dapat menunjang pergerakan masyarakat ke pusat perdagangan.

2.3 Lokasi Kegiatan Perdagangan dan Aglomerasi

Kota merupakan pusat semua aktifitas. Biaya transportasi meningkat langsung mengikuti jarak yang ditempuh dari pusat kota, namun sewa yang tergantung dengan keterjangkauan (*accessibility*) saja, berbanding terbalik dengan jarak. Jika hal ini dihubungkan dengan kegiatan perdagangan, maka mereka harus mempunyai kemampuan untuk membayar lokasi sewa dengan imbalan keterjangkauan tempat mereka oleh penduduk. Sementara penduduk memilih lokasinya dipinggir kota dengan diimbangi biaya transpor ke pusat kota. Bagi golongan ekonomi lemah, demi penghematan biaya transportasi mencari tempat tinggal mendekati pusat kota yang merupakan zone perumahan yang sewanya murah, untuk itu mereka harus bertumpuk-tumpuk di kawasan yang berpenduduk sangat padat. (Daldjoeni, 1997 :166-170).

Ambang batas penduduk dan ambang batas pasar merupakan ratio antar penduduk dengan suatu kegiatan usaha yang menguntungkan. Jumlah penduduk efektif bagi suatu pelayanan barang/jasa, dipengaruhi oleh faktor-faktor tingkat kebutuhan barang, kualitas barang, daya tahan barang dan frekwensi belanja. Sedangkan ambang batas jarak (*distance treshold*) yaitu ukuran jarak yang dapat ditolerir penduduk untuk mendapatkan barang dan jasa. Seberapa jauh jarak maksimal untuk mendapatkan barang dan jasa.

Wilayah-wilayah yang menyajikan barang dan jasa untuk wilayah sekelilingnya juga membentuk suatu hirarki. Untuk melayani tempat-tempat kecil yang tersebar luas, disediakan barang dan jasa tingkat rendah. Makin tingkat barang dan jasa, makin besar rangenya dari penduduk di tempat kecil. Jadi hirarki

kegiatan perdagangan sangat didukung oleh jumlah penduduk dan luas daerah layanan tertentu. Selain itu faktor jarak juga merupakan faktor penentu lokasi kegiatan perdagangan.

Sim (1982) membagi analisa perdagangan pusat kota atas faktor yang berpengaruh yaitu aksesibilitas dan keterkaitan spasial. Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan pencapaian suatu lokasi melalui kendaraan umum dan pribadi dan pedestrian, yang dapat diukur dengan kepadatan lalu lintas, jumlah kendaraan umum, kendaraan pribadi dan pola sirkulasi. Keterkaitan spasial bersamaan pengertiannya dengan posisi relatif suatu kegiatan dalam ruang, yang secara internal dapat diukur melalui adanya fungsi yang paling mendukung perkembangan kegiatan di lokasi dan secara eksternal diukur dengan melalui jarak dari fungsi perdagangan lain dan posisi relatif lokasi terhadap pusat perdagangan yang lain.

Aspek kedekatan dalam melakukan aktifitas ekonomi dipakai untuk menjelaskan adanya keuntungan dari konsentrasi spasial yang dihasilkan dari skala ekonomi pada suatu area perkotaan (Mills, 1972 : 16). *Agglomerasi* dilakukan karena mempunyai skala ekonomi yang tinggi dan keuntungan yang komparatif yang dapat meningkatkan aktifitas ekonomi. Studi Hottelling menunjukkan bahwa penjual barang sejenis mempunyai kecenderungan untuk mengelompok pada suatu lokasi. Sedangkan menurut Richardson (1977 :69), aglomerasi dari kegiatan-kegiatan tertentu yang serupa akan menimbulkan keuntungan-keuntungan ekstern tertentu (yakni seperti adanya kawasan perdagangan umum, penghematan biaya transport lokal, untuk beberapa kegiatan yang tidak serupa akan beraglomerasi

disebabkan karena mereka saling komplementer (seperti kantor-kantor dengan kafetaria, bioskop dengan restoran).

2.4 Sistem Pelayanan

Sistem pelayanan terhadap pembeli pada pusat perbelanjaan dapat dibagi tiga jenis (Beddington, 1982: 8):

1. *Shopping existing personal service.*

Pembeli dilayani langsung oleh seorang pelayan, dapat dari depan atau dari belakang counter. Setelah selesai transaksi pelayanan langsung meminta pembayaran dan membungkus barang tersebut. Sistem ini lebih sesuai untuk barang-barang yang bernilai tinggi seperti perhiasan, kamera, televisi, dll.

2. *Sistem self selection.*

Pembeli dapat memilih dan mengambil barang dan kemudian mengumpulkan ke pelayan untuk mendapat bon pembayaran, kemudian ke kasir untuk membayar dan mengambil barang. Sistem ini umumnya terdapat pada *variety store*, department store, dsb.

3. *Sistem self service.*

Pembeli dapat memilih dan mengambil barang-barang yang dibutuhkan kemudian diletakkan pada keranjang atau kereta dorong yang telah disediakan. Kemudian barang-barang langsung dibawa ke kasir untuk pembayaran dan pembungkusan. Jalur masuk dan keluar dipisahkan seta dijaga. Sistem ini umumnya dipakai pada super market dan hyper market.

2.5 Persyaratan, Karakteristik, dan Daya Tarik

Pusat perbelanjaan mempunyai persyaratan, karakteristik dan daya tarik tertentu, yaitu (Uli, 1985: 5):

a. Persyaratan.

Secara umum persyaratan perbelanjaan adalah:

- Pelayanan terbuka bagi setiap konsumen atau langganan.
- Mempunyai transaksi dalam jumlah barang yang relatif kecil, akan tetapi dengan frekwensi yang tinggi karena transaksi sering terjadi.
- Menyerap banyak tenaga kerja untuk pelayanan langsung pada konsumen.
- Transaksi pembelian tidak hanya kepada kuantitas saja, tetapi juga kualitas barangnya.

b. Karakteristik.

Karakteristik pusat perbelanjaan tentang pemanfaatan tanah bangunan yang membedakan dengan pusat komersial lainnya adalah sebagai berikut:

- Penanganan suatu bangunan yang tergabung secara arsitektural yang menyediakan tempat untuk penyewa-penyewa terseleksi dan diatur dalam satu kesatuan manajemen untuk keuntungan penyewa itu sendiri.
- Suatu kesatuan site direncanakan sesuai dengan permintaan pasar.
- Lokasi mudah dicapai dengan entrance dan jalan keluar kendaraan yang jelas dan menyediakan jalur pejalan kaki (pedestrian).
- Penyediaan tempat parkir yang cukup, sesuai dengan yang dibutuhkan diatur sedemikian rupa untuk mendistribusikan pembeli. Jarak tempat

parkir tidak terlalu jauh dari *entrance* bangunan dan depan masing-masing toko.

- Terdapat fasilitas pelayanan untuk pengiriman barang dagangan.
- Perlengkapan site seperti pertamanan, lampu dan papan reklame dirancang untuk menciptakan suatu keadaan yang menarik sesuai dengan yang diinginkan.
- Penggolongan penyewa sehingga memungkinkan terjadinya interaksi antara toko-toko dan penyediaan barang selengkap mungkin sesuai dengan area perdagangan.
- Lingkungan sekitar menunjang dan nyaman untuk berbelanja.
- Suatu hal yang terpenting adalah menciptakan suatu kesatuan dari penyewa-penyewa itu sendiri karena mereka berada dibawah satu pengelolaan. Selain itu pemilik dan pengelola bekerjasama untuk mengembangkan pusat perbelanjaan tersebut.
- Setiap unsur dari pusat perbelanjaan harus sesuai untuk menciptakan suatu keadaan yang serasi dengan lokasi dan lingkungan sekitarnya.
- Suatu pusat perbelanjaan yang berhasil tidak hanya dilihat dari segi keuntungannya saja, tetapi harus merupakan dan menjadi milik masyarakat setempat.

c. Daya tarik

Daya tarik sebuah pusat perbelanjaan selain barang-barang yang dijual adalah:

- Harga yang pantas.
- Parkir yang lapang dan mudah dicapai pengunjung.

- Kelengkapan barang dan keamanan yang terjamin.
- Pejalan kaki (pedestrian) yang terlindungi.
- Kemudahan pencapaian dari satu toko ke toko yang lain.
- Adanya sarana rekreasi yang memadai.

2.6 Perkembangan Pusat Perbelanjaan.

Hampir dapat dipastikan bahwa setiap manusia melakukan kegiatan berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara garis besar kebutuhan-kebutuhan itu antara lain adalah (Syarif, 1988: 2):

- Kebutuhan fisiologis.
- Kebutuhan akan hal-hal yang bersifat social.
- Kebutuhan yang berkenaan dengan prestise dan reputasi pribadi.
- Kebutuhan akan keamanan dan keselamatan diri.
- Kebutuhan akan melakukan hal-hal yang memuaskan diri.

Selain itu dalam manajemen dikatakan, dalam usaha perdagangan terdapat prinsip 5P, yaitu (Syarif, 1988: 2):

- *Product* (kualitas, jenis, variasi, keunikan)
- *Packing* (daya tarik kemasan)
- *Promotion* (cara pemasaran)
- *Pricing* (harga yang tepat)
- *Place* (tempat penjualan)

Akibat dari hal-hal tersebut diatas, maka pusat perbelanjaan tidak lagi sekedar menjadi tempat jual beli, melainkan juga tempat berkumpulnya manusia untuk melakukan interaksi, mulai dari hal-hal yang bersifat komunikasi hingga kepada hal-hal yang bersifat rekreasi. Karena itu didalam pusat perbelanjaan juga disediakan fasilitas-fasilitas lain seperti *ciniplex*, fast food, restaurant, bowling, dll. Selain dari itu menurut hukum Railly tentang grafitasi dari perdagangan retail menyatakan bahwa ketertarikan suatu kawasan perdagangan meningkat sebanding dengan besar kecilnya suatu kawasan perdagangan dan berkurang dengan semakin jauhnya jarak kawasan perdagangan tersebut.

2.7 Perdagangan dan Jasa

Untuk membahas masalah perdagangan, terlebih dahulu akan dibahas pengertian tentang “perdagangan”. Kemudian akan dijelaskan sektor “jasa”.

2.7.1 Pengertian Perdagangan .

Pengertian perdagangan ada tiga, yaitu perdagangan besar-besaran, perdagangan perantara dan perdagangan kecil. Ketiga jenis perdagangan ini adalah (Djie, 1995: 1-12):

1) Perdagangan besar-besaran, dibagi menjadi:

- a. Perdagangan besar-besaran koleksi yang meliputi perdagangan ekspor;
- b. Perdagangan besar-besaran distribusi yang merupakan import

terutama terdiri dari hasil-hasil industri seperti tekstil, barang-barang kelontong, bahan makanan dan barang penikmat yang telah diolah dalam

pabrik (seperti biscuit, mentega kalengan, coklat, cerutu, dan lain-lain), mesin, produk dari besi dan baja, dan sebagainya.

- 2) Perdagangan perantara, yaitu cabang perdagangan yang menjadi mata rantai antara perdagangan besar-besaran dan atau industri disatu pihak dan perdagangan kecil dan/atau penduduk konsumen, masing-masing produsen dipihak lain. Perdagangan ini bias dilakukan melalui beberapa mata rantai.

Perdagangan perantara dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Perdagangan perantara koleksi melakukan jual beli secara langsung atau melalui perdagangan kecil koleksi membeli hasil-hasil bumi seperti kopra, krosok, kapok, singkong, jagung, beras, kulit, gula jawa, dsb. Kegiatan ini dimaksudkan untuk ekspor.
- b. Perdagangan perantara distribusi memperjualbelikan di bidang manufaktur, bahan makanan dan minuman, barang-barang kelontong dan hasil bumi. Kegiatan ini dimaksudkan untuk menalurkan barang-barang import dan/atau hasil industri.

- 3) Perdagangan kecil dibagi dua, yaitu:

- a. Perdagangan kecil koleksi, yaitu kegiatan membeli hasil-hasil pertanian dan kerajinan penduduk yang ditawarkan sedikit-sedikit dan kemudian menjualnya dalam jumlah yang lebih banyak kepada perdagangan perantara.
- b. Perdagangan kecil distribusi, terbagi sebagai berikut:
 - Perdagangan keliling, meliputi perdagangan kelontong dan perdagangan jalanan.

Perdagangan kelontong disebutkan demikian karena dalam melakukan kegiatannya memiliki alat yang berderik-derik yang dibawa pedaganganya, yakni “kelontong”. Tujuannya untuk menarik perhatian orang-orang disekitarnya. Barang-barang dagangannya terletak dalam lemari-lemari kaca kecil yang dipikul pembawanya. Kelontong ini kebanyakan menjual sandang, sutera, renda, sulaman, barang-barang kelontong. Pedagang kelontong terdapat baik di kota-kota maupun di pelosok-pelosok kecil di pedalaman Jawa. Pada zaman dulu perdagangan tersebut kebanyakan dilakukan oleh orang cina.

Perdagangan jalanan terutama meliputi hasil-hasil tanaman pekarangan, daging, ikan, dsbnya. Barang-barang tersebut dijual secara langsung pada konsumen karena bahan tersebut cepat membusuk. Jadi pedagang ini tidak menunggu konsumen.

- Pedagang menetap, meliputi:

Perdagangan warung yang menjual berbagai bahan makanan dalam kedai.

Perdagangan pasar, yaitu perdagangan yang dilakukan di pasar. Di pasar orang bias memperoleh semuanya, khususnya sayur-sayuran, buah-buahan, bahan makanan, dsb. Pedagang yang melakukan kegiatan di pasar ini disebut “bakul”.

Perdagangan toko, yaitu toko baik yang menjual satu macam barang tertentu maupun segala macam barang. Jadi semacam bazar.

Dengan pengertian yang diberikan oleh Djie, maka yang dimaksud perdagangan dalam penelitian ini adalah aktivitas jual beli barang maupun makanan yang langsung dikonsumsi oleh konsumen, lokasinya ada yang menetap dan ada yang tidak menetap, dapat bersifat formal maupun informal.

Perdagangan yang bersifat formal sering disebut sebagai perdagangan toko maupun perdagangan warung, lokasinya tetap diatas lahan yang status tanahnya bukan merupakan ruang terbuka, melainkan milik pribadi atau lembaga tertentu, dan sarana usahanya didirikan secara permanen. Perdagangan toko menjual satu macam barang tertentu atau segala macam barang; contohnya adalah toko yang menjual barang-barang kelontong, alat-alat listrik, peralatan rumah tangga, dan lain-lain. Perdagangan warung menjual berbagai bahan makanan dalam kedai, misalnya warung makan. Sedangkan perdagangan yang bersifat informal dapat diberi pengertian seperti pada judul dibawah ini.

2.7.2 Barang dan Jasa yang Diperdagangkan

Menurut Sukanto (2000: 15) barang atau benda adalah segala sesuatu yang menjadi sarana baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan dan merupakan benda berwujud. Dikatakan lebih lanjut oleh Sukanto (2000: 15) bahwa barang secara ekonomi mempunyai kegunaan dan jumlah yang terbatas (langka). Untuk memperoleh barang tersebut diperlukan suatu pengorbanan (tidak bebas biaya). Jadi dapat dikatakan barang adalah suatu benda berwujud yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia dan untuk memperoleh benda tersebut dibutuhkan biaya atau pengorbanan.

Jenis-jenis barang dapat dipilah-pilah menurut sudut pandang tertentu, antara lain menurut fungsinya. Menurut Sukanto (2000: 17), menurut fungsinya (hubungan barang yang satu dengan barang yang lain), barang dapat dipisahkan sebagai barang substitusi dan barang komplementer. Barang substitusi atau barang pengganti adalah barang yang pemakaiannya saling mengganti. Sebagai contoh pemakaian bahan makanan pokok beras diganti dengan jagung. Sedangkan barang komplementer adalah barang yang saling melengkapi antara barang yang satu dengan barang yang lain. Sebagai contoh, tinta penggunaannya melengkapi pena.

Bilas (1989: 11-13) menyebutkan adanya barang inferior, yaitu barang yang rendah mutunya. Barang substitut adalah barang pengganti. Barang komplementer adalah barang pelengkap.

Pada umumnya produk dapat di klasifikasikan dengan berbagai cara. Salah satu cara yang banyak digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk. Berdasarkan kriteria ini, ada tiga kelompok produk, yaitu:

a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Atau dengan kata lain umur ekonomisnya kurang dari satu tahun. Contohnya sabun, minuman dan makanan ringan, garam, gula, kapur tulis dan sebagainya.

b. Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dan memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun. Contohnya antara lain TV, kulkas, mobil, komputer, mesin cuci, dll.

c. Jasa (*services*)

Jasa merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus keterampilan, hotel, rumah sakit, dan sebagainya.

Sebenarnya perbedaan secara tegas antara barang dan jasa sering kali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang seringkali disertai dengan pemberian jasa tertentu (misalnya pembelian komputer disertai dengan pelayanan pemasangan instalasi, pemberian garansi, pelatihan dan bimbingan operasional, perawatan dan reparasi) dan sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya (misalnya makanan di restoran, telepon dalam jasa telekomunikasi).

Meskipun demikian jasa dapat didefinisikan seperti yang diberikan oleh Kotler (dalam Tjiptono, 2001). Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

2.7.3 Komponen Penawaran Barang dan Jasa

Penawaran suatu perusahaan kepada pasar biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa ini dapat merupakan bagian kecil ataupun bagian utama atau pokok dari keseluruhan penawaran tersebut. Pada kenyataannya, suatu penawaran dapat bervariasi dari dua kutub ekstrim, yaitu murni berupa “barang” pada satu sisi dan murni berupa “jasa” pada sisi yang lain. Berdasarkan kriteria ini, penawaran suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi lima kategori, yaitu (Tjiptono, 2001):

a. Produk fisik murni.

Penawaran semata-mata hanya terdiri atas produk fisik, misalnya sabun mandi, pasta gigi, tanpa ada jasa atau pelayanan yang menyertai produk tersebut.

b. Produk fisik dengan jasa pendukung.

Pada kategori ini penawaran terdiri atas suatu produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik pada konsumennya. Misalnya produsen mobil harus memberikan penawaran yang jauh lebih banyak dari hanya sekedar mobil saja, yaitu bisa meliputi jasa pengantaran, reparasi, pemasangan suku cadang, dan sebagainya. Dalam kategori ini jasa dapat pula didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.

c. Hybrid.

Penawaran terdiri dari barang dan jasa yang sama persisnya.

d. Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor.

Penawaran terdiri atas suatu jasa pokok bersama-sama dengan jasa tambahan (pelengkap) dan/atau barang-barang pendukung. Contohnya penumpang pesawat yang membeli jasa transportasi. Selama menempuh tempat tujuannya, ada beberapa unsure produk fisik yang terlibat, seperti makanan dan minuman, majalah atau surat kabar yang disediakan, dan lain-lain. Jasa seperti ini memerlukan barang-barang yang bersifat kapital intensif (dalam hal ini pesawat) untuk realisasinya, tetapi penawaran utamanya adalah jasa.

e. Jasa murni.

Penawaran hampir seluruhnya berupa jasa. Misalnya fisioterapi, konsultasi psikologi, pemijatan, dan lain-lain.

2.8 Perilaku Konsumen

Aktivitas perdagangan dan jasa dipengaruhi juga oleh perilaku konsumen yang ikut menentukan sebuah transaksi itu dapat terjadi atau tidak. Perilaku konsumen menurut Basu swasta dan T.H. Handoto (1987: 9) didefinisikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Dengan demikian perilaku konsumen dapat diberikan pengertian sebagai pola kegiatan individu dalam memperoleh barang dan jasa pada suatu tempat perbelanjaan tertentu, baik itu ditempat perbelanjaan toko tradisional, sektor informal (pedagang kaki lima) maupun di pusat perbelanjaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku berbelanja konsumen menurut Anwar Probo (1988: 4-5) ada tiga variabel, yaitu:

- a. *Variabel stimulus*: Variabel yang berada di luar individu yang sangat berpengaruh dalam proses pembelian. Contoh: merk, jenis barang, iklan, promuniaga, penataan barang dan ruang toko.
- b. *Variabel respon*: merupakan hasil aktifitas individu sebagai reaksi dari stimulus. Respon sangat tergantung pada faktor individu dan kekuatan stimulus. Contoh kepuasan pembeli membeli barang, perubahan sikap terhadap suatu barang.
- c. *Variabel intervening*: merupakan variabel antara stimulus dan respon dan merupakan faktor internal individu, termasuk motif-motif membeli, sikap terhadap suatu barang. Variabel ini untuk memodifikasi respon.

Menurut Philip Kotler (1992: 180), faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dapat merupakan faktor eksternal dan faktor internal.

Faktor Eksternal meliputi:

- a. Kebudayaan, yaitu simbol dan faktor yang kompleks yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi. Kebudayaan seringkali menyesuaikan perkembangan jaman.
- b. Kelas sosial, yaitu sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota dalam setiap jenjang memiliki nilai minat dan tingkah laku yang sama. Ciri-ciri adanya kelas sosial:

- Berperilaku serupa.
 - Mempunyai pekerjaan yang rendah atau tinggi sesuai dengan derajatnya.
 - Memiliki variabel tertentu yang dapat diukur dengan jabatan, pendapatan, kekayaan, pendidikan dan nilai.
 - Memiliki tingkat mobilitas vertikal tertentu.
- c. Kelompok referensi, yaitu kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap dan perilaku seseorang.
- d. Kelompok idola orang, yaitu kesimpulan pembeli yang terpenting dalam masyarakat dan telah diteliti secara khas.

Faktor Internal, meliputi:

- a. Motivasi, yaitu keadaan dalam diri seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna untuk mencapai suatu tujuan.
- b. Persepsi, yaitu proses menafsirkan sensasi-sensasi dan memberikan arti pada rangsangan.
- c. Belajar, yaitu menggambarkan perubahan dalam perilaku seorang individu yang bersumber dari pengalaman.
- d. Sikap dan kepercayaan, yaitu sebuah sikap yang menggambarkan perilaku kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional dan kecendrungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan.

2.8.1 Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen dapat dilihat dari kelas-kelas sosial masyarakatnya. Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, kelas-kelas sosial masyarakat tersebut memiliki beberapa karakteristik (Mangkunegara, 1988: 46):

a. Kelas sosial golongan atas:

- Kecenderungan membeli barang-barang yang mahal.
- Membeli pada toko-toko yang berkualitas lengkap, seperti supermarket, departement store dan pusat perbelanjaan.
- Konservatif dalam konsumsinya.
- Barang-barang yang dibeli cenderung untuk dapat menjadi warisan bagi keluarganya.

b. Kelas sosial golongan menengah:

- Kecenderungan membeli barang-barang untuk menampakan kekayaannya.
- Berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit; misalnya kendaraan, rumah mewah dan perabot rumah tangga.
- Kecenderungan membeli barang-barang dengan mementingkan kuantitas daripada kualitas.
- Pada umumnya membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari.
- Memanfaatkan penjualan barang-barang yang bersifat diobral atau penjualan dengan harga promosi.

Kelas sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan jenis perdagangan dan jasa yang dipilih. Sehingga

dapat dikatakan setiap jenis perdagangan akan memiliki sasaran konsumen sendiri-sendiri. Namun faktor kebudayaan dapat berubah (Soekanto, 1981: 234). Perubahan kebudayaan akan mempengaruhi perilaku konsumen. Sehingga kehadiran sebuah pusat perbelanjaan sebagai faktor yang dapat merubah kebudayaan, dapat menggeser minat konsumen atau pengunjung pada jenis perdagangan dan jasa tertentu sesuai dengan perubahan kebudayaan yang terjadi.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan karakteristik konsumen di atas dapat mempengaruhi pola berbelanja konsumen atau pengunjung. Pengunjung dari kelas masyarakat menengah ke atas akan suka berbelanja di pusat perbelanjaan, karena pengunjung dengan kelas menengah ke atas dengan waktunya yang terbatas di pusat perbelanjaan dapat memenuhi aneka barang dan jasa kebutuhan secara cepat di satu tempat (*one stop shopping*). Namun demikian dapat terjadi pengunjung dari kelas masyarakat menengah ke bawah suka mengunjungi pusat perbelanjaan karena di pusat perbelanjaan dapat diperoleh faktor rekreasi dan menyediakan barang-barang dengan kualitas tertentu akibat pengaruh kelompok referensi.

2.8.2 Retailing Mix

Retailing mix adalah suatu kombinasi dari barang dagangan, harga, pelayanan, usaha-usaha promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan/retailer/toko untuk menyediakan barang-barang konsumsi bagi konsumennya. Retailing mix merupakan kenyamanan yang diberikan toko kepada konsumen dalam berbelanja, seperti kelengkapan produk, kualitas barang dan

fashion level barang, harga menarik, pelayanan yang memuaskan, daya tarik toko dan promosi yang menarik konsumen (Hartley, 1980: 106).

Strategi *retailing mix* sangat penting bagi pedagang eceran, karena konsumen sadar akan haknya sebagai pembeli; dan bila mereka tidak mendapatkan haknya, mereka akan beralih ke tempat lain. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melaksanakan *retailing mix* dengan baik penjual atau retailer memberikan yang terbaik bagi konsumen.

Menurut Hartley (1980: 17), alasan seorang konsumen membeli barang pada toko tertentu dapat dinyatakan dalam enam komponen, yaitu:

a. Kenyamanan berbelanja.

Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan/retailer/toko dimana pembeli dapat berbelanja secara santai karena jam buka toko lebih panjang, lokasi yang lebih dekat dengan kota, fasilitas transportasi yang memadai, sedikitnya tenaga yang dikeluarkan dalam berbelanja sehingga konsumen merasa betah dan tidak bosan ketika berbelanja. Kenyamanan konsumen dapat berbelanja melibatkan waktu, tempat dan kerja yang harus disediakan dan dilakukan.

b. Keanekaragaman barang, ada dua tingkat, yaitu:

- Tingkat keleluasaan jenis, mengarah pada ketersediaan jenis barang yang dijual dan kegunaannya.
- Tingkat kedalaman jenis, mengarahkan pada ketersediaan dan ragam pilihan warna, model, ukuran dan harga barang.

c. Kualitas dan *fashion level* barang dagangan.

Kualitas produk adalah ciri suatu produk yang berhubungan dengan daya tahan, kemampuan produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan, menghasilkan kepuasan bagi konsumen. Sedangkan *fashion level* adalah barang yang dijual adapt mengikuti perubahan mode atau trend yang ada.

d. Harga.

Nilai suatu barang/jasa yang diukur dengan sejumlah uang mempengaruhi minat seseorang untuk membeli barang/jasa. Peranan harga sangat penting, terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar. Jadi penetapan harga tersebut sangat penting untuk mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan perusahaan mempengaruhi konsumen, sehingga suatu proses penetapan harga tidak boleh dilakukan secara coba-coba atau seenaknya.

e. Pelayanan.

Yaitu jasa yang diberikan oleh perusahaan/retailer/toko kepada konsumen sehingga ada nilai tambah yang diperoleh konsumen. Jasa yang adapt diberikan antara lain adalah pengantaran barang yang dibeli oleh konsumen sampai ke tempat parkir, ke rumah, jasa pembungkusan, memberikan informasi dalam penggunaan barang, service, dll.

Ada lima tingkat pelayanan yang diberikan dengan retailing mix, yaitu:

- a. *Attractive service*, yaitu segala pelayanan yang bertujuan menarik konsumen supaya masuk ke toko dan berbelanja, misalnya pelayanan parkir secara gratis, demonstrasi, penyajian lewat etalase.
- b. *Shopping service*, yaitu pelayanan yang langsung diterima atau dirasakan oleh konsumen pada saat masuk kedalam toko dan berbelanja. Konsumen akan merasa bebas dan leluasa dalam menentukan barang yang akan dibelinya, dan pramuniaga melayaninya dengan cepat.
- c. *Comfort service*, yaitu pelayanan yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan pada waktu berbelanja. Pelayanan ini lebih bersifat fasilitas jasmaniah yang disediakan untuk konsumen, misalnya penyediaan toilet, telpon umum, dll.
- d. *Buying service*, yaitu pelayanan yang bertujuan untuk memperlancar proses jual beli. Adakalanya toko sanggup melayani konsumen lewat telpon. Pelayanan jenis ini termasuk juga pembungkusan kado secara cuma-cuma, pengiriman barang sampai ke rumah, service berupa kredit, dll.
- e. *Goodwill service*, yaitu pelayanan yang bertujuan supaya konsumen atau pembeli bisa menjadi pelanggan tetap. Pemberian garansi, pengembalian barang bila terjadi kerusakan dan pemberian kartu pemotongan harga termasuk dalam jenis pelayanan ini.

f. Daya tarik toko.

Setiap toko selalu berusaha untuk menjaga atau menata penampilan toko dengan baik. Hal ini dimaksudkan untuk menarik perhatian konsumen sehingga konsumen senang berkunjung ke toko tersebut.

Dengan adanya pengertian retailing mix pada sebuah perdagangan eceran, maka kehadiran sebuah pusat perbelanjaan dapat mempengaruhi perubahan perilaku pengunjung dalam memilih jenis toko yang dituju. Bila pengunjung memiliki orientasi pada kenyamanan dan kepuasan, konsumen lebih suka memilih pusat perbelanjaan sebagai alternatif tempat membeli barang dan jasa. Akan tetapi dapat saja konsumen memilih tempat berbelanja di toko tradisional dan sektor informal dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu, misalnya terburu-buru, sehingga pilihannya berbelanja ke toko tradisional karena untuk mencapai ke toko tradisional tidak membutuhkan waktu yang agak lama. Adapun terjadi barang atau jasa yang diminati tidak terdapat di pusat perbelanjaan, sehingga konsumen berbelanja di toko tradisional atau di sektor informal.

Dengan melihat kajian tentang perilaku konsumen dan retailing mix, maka yang dimaksud dengan konsumen atau pengunjung adalah orang yang mendatangi kegiatan perdagangan dan jasa sektor formal dan informal di lokasi penelitian, baik yang dengan tujuan berbelanja, rekreasi atau sedang terlibat dalam interaksi sosial. Pengunjung memiliki karakteristik kelas sosial, yaitu kelas sosial atas, menengah dan bawah.

Konsep *retailing mix* yang memberikan kenyamanan yang diberikan toko kepada konsumen dalam berbelanja, seperti kelengkapan produk, kualitas barang dan fashion level barang, harga menarik, pelayanan yang memuaskan, daya tarik toko dan promosi yang menarik konsumen biasa secara maksimal dilakukan di toko-toko dalam pusat perbelanjaan sehingga berbelanja di pusat perbelanjaan memiliki daya tarik tertentu. Sementara itu, pada toko-toko tradisional dan pedagang kaki lima konsep *retailing mix* tidak mendapatkan perhatian yang cukup. Daya tarik yang banyak ditemui di pusat perbelanjaan ini dapat mempengaruhi pola berbelanja pengunjung dari pola pengunjung di toko tradisional/pedagang kaki lima ke pusat perbelanjaan.

Dengan demikian kehadiran pusat perbelanjaan masih memunculkan dua kemungkinan, yaitu:

- a. Pengunjung berbelanja di pusat perbelanjaan karena kenyamanan dalam berbelanja (*one stop shopping* dan suasana), daya tariknya sebagai *retailing mix* dan fasilitas yang disediakan;
- b. Pengunjung berbelanja di lokasi kegiatan perdagangan dan jasa di sekitar pusat perbelanjaan karena calon konsumen terkena pengaruh efek substitusi, yaitu konsumen mensubstitusi barang yang harganya relatif lebih rendah dengan barang yang harganya relatif lebih tinggi (Bilas, 1994: 49) dan di lokasi kegiatan perdagangan barang dan jasa di pusat perbelanjaan menawarkan barang yang tidak ditawarkan oleh pedagang di pusat perbelanjaan.

2.9 Pengembangan Pusat Perbelanjaan

Berdasarkan kajian studi literature di atas, maka penelitian ini berusaha mencari beberapa factor-faktor yang mempengaruhi perkembangan fasilitas perdagangan dan jasa perkotaan.

a. Persyaratan.

Secara umum persyaratan perbelanjaan adalah:

- Pelayanan terbuka bagi setiap konsumen atau langganan.
- Mempunyai transaksi dalam jumlah barang yang relative kecil, akan tetapi dengan turnover yang tinggi karena transaksi sering terjadi.
- Menyerap banyak tenaga kerja untuk pelayanan langsung pada konsumen.
- Transaksi pembelian tidak hanya kepada kuantitas saja, tetapi juga kualitas barangnya.

b. Karakteristik.

Karakteristik pusat perbelanjaan tentang pemanfaatan tanah bangunan yang membedakan dengan pusat komersial lainnya adalah sebagai berikut:

- Penanganan suatu bangunan yang tergabung secara arsitektural yang menyediakan tempat untuk penyewa-penyewa terseleksi dan diatur dalam satu kesatuan manajemen untuk keuntungan penyewa itu sendiri.
- Suatu kesatuan site direncanakan sesuai dengan permintaan pasar.
- Lokasi mudah dicapai dengan estrance dan jalan keluar kendaraan yang jelas dan menyediakan jalur pejalan kaki (pedestrian).
- Penyediaan tempat parkir yang cukup, sesuai dengan yang dibutuhkan diatur sedemikian rupa untuk mendistribusikan pembeli. Jarak tempat

parkir tidak terlalu jauh dari entrance bangunan dan depan masing-masing toko.

- Terdapat fasilitas pelayanan untuk pengiriman barang dagangan.
- Perlengkapan site seperti pertamanan, lampu dan papan reklame dirancang untuk menciptakan suatu keadaan yang menarik sesuai dengan yang diinginkan.
- Penggolongan penyewa sehingga memungkinkan terjadinya interaksi antara toko-toko dan penyediaan barang selengkap mungkin sesuai dengan area perdagangan.
- Lingkungan sekitar menunjang dan nyaman untuk berbelanja.
- Suatu hal yang terpenting adalah menciptakan suatu kesatuan dari penyewa-penyewa itu sendiri karena mereka berada di bawah satu pengelolaan. Selain itu pemilik dan pengelola bekerjasama untuk mengembangkan pusat perbelanjaan tersebut.
- Setiap unsure dari pusat perbelanjaan harus sesuai untuk menciptakan suatu keadaan yang serasi dengan lokasi dan lingkungan sekitarnya.
- Suatu pusat perbelanjaan yang berhasil tidak hanya dilihat dari segi keuntungannya saja, tetapi harus merupakan dan menjadi milik masyarakat setempat.

c. Daya tarik

Daya tarik sebuah pusat perbelanjaan selain barang-barang yang dijual adalah:

- Harga yang pantas.
- Parkir yang lapang dan mudah dicapai pengunjung (aksesibel).

- Kelengkapan barang dan keamanan yang terjamin.
- Pejalan kaki (pedestrian) yang terlindungi.
- Kemudahan pencapaian dari satu toko ke toko yang lain.
- Adanya sarana rekreasi yang memadai.

d. Perkembangan Pusat Perbelanjaan.

Hampir dapat dipastikan bahwa setiap manusia melakukan kegiatan berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara garis besar kebutuhan-kebutuhan itu antara lain adalah (Syarif, 1988: 2):

1. Kebutuhan fisiologis.
2. Kebutuhan akan hal-hal yang bersifat sosial.
3. Kebutuhan yang berkenaan dengan prestise dan reputasi pribadi.
4. Kebutuhan akan keamanan dan keselamatan diri.
5. Kebutuhan akan melakukan hal-hal yang memuaskan diri.

Selain itu dalam manajemen dikatakan, dalam usaha perdagangan terdapat prinsip 5P, yaitu (Syarif, 1988: 2):

- *Product* (kualitas, jenis, variasi, keunikan)
- *Packing* (daya tarik kemasan)
- *Promotion* (cara pemasaran)
- *Pricing* (harga yang tepat)
- *Place* (tempat penjualan)

2.10 Preferensi Pedagang dan Masyarakat Dalam Mengembangkan Pusat Perbelanjaan.

Dalam usaha mencari faktor-faktor yang dapat mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintang Center, digunakan beberapa teori yang dapat membantu menjawab permasalahan di atas, yaitu: Teori Hornby (1974: 806), Mills (1985: 241), Beddington (1982: 28), Uli (1985: 1) dll tentang Pusat Perbelanjaan; Syarif (1988: 2) tentang Perkembangan Pusat Perbelanjaan, Philip Kotler (1992: 180) tentang Perilaku Konsumen; Edi Darmawan (2003: 54-56) tentang Perancangan Kota.

Dari teori-teori tersebut di atas, maka keluarlah variabel penentu pengembangan antara lain:

a. Karakteristik.

Karakteristik pusat perbelanjaan tentang pemanfaatan tanah bangunan yang membedakan dengan pusat komersial lainnya adalah sebagai berikut:

- Penanganan suatu bangunan yang tergabung secara arsitektural yang menyediakan tempat untuk penyewa-penyewa terseleksi dan diatur dalam satu kesatuan manajemen untuk keuntungan penyewa itu sendiri.
- Suatu kesatuan site direncanakan sesuai dengan permintaan pasar.
- Lokasi mudah dicapai dengan estrance dan jalan keluar kendaraan yang jelas dan menyediakan jalur pejalan kaki (pedestrian).
- Penyediaan tempat parkir yang cukup, sesuai dengan yang dibutuhkan diatur sedemikian rupa untuk mendistribusikan pembeli. Jarak tempat

parkir tidak terlalu jauh dari entrance bangunan dan depan masing-masing toko.

- Terdapat fasilitas pelayanan untuk pengiriman barang dagangan.
- Perlengkapan site seperti pertamanan, lampu dan papan reklame dirancang untuk menciptakan suatu keadaan yang menarik sesuai dengan yang diinginkan.
- Penggolongan penyewa sehingga memungkinkan terjadinya interaksi antara toko-toko dan penyediaan barang selengkap mungkin sesuai dengan area perdagangan.
- Lingkungan sekitar menunjang dan nyaman untuk berbelanja.
- Suatu hal yang terpenting adalah menciptakan suatu kesatuan dari penyewa-penyewa itu sendiri karena mereka berada di bawah satu pengelolaan. Selain itu pemilik dan pengelola bekerjasama untuk mengembangkan pusat perbelanjaan tersebut.
- Setiap unsur dari pusat perbelanjaan harus sesuai untuk menciptakan suatu keadaan yang serasi dengan lokasi dan lingkungan sekitarnya.
- Suatu pusat perbelanjaan yang berhasil tidak hanya dilihat dari segi keuntungannya saja, tetapi harus merupakan dan menjadi milik masyarakat setempat.

b. Daya tarik

Daya tarik sebuah pusat perbelanjaan selain barang-barang yang dijual adalah:

- Harga yang pantas.
- Parkir yang lapang dan mudah dicapai pengunjung (aksesibel).

- Kelengkapan barang dan keamanan yang terjamin.
- Pejalan kaki (pedestrian) yang terlindungi.
- Kemudahan pencapaian dari satu toko ke toko yang lain.
- Adanya sarana rekreasi yang memadai.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

TABEL II.2
VARIABEL PENENTU PENGEMBANGAN PUSAT PERBELANJAAN

NO	PERIHAL	TEORI YANG DIGUNAKAN	VARIABEL PENELITIAN
1.	Karakteristik	Uli, 1985 : 5	<ul style="list-style-type: none"> • Penanganan bangunan yang tergabung secara arsitektural • Suatu kesatuan site • Lokasi mudah dicapai dengan estrance dan jalan keluar kendaraan yang jelas dan menyediakan pedestrian • Penyediaan tempat parkir yang cukup • Adanya fasilitas pengiriman barang • Tersedianya perlengkapan site • Penggolongan penyewa • Lingkungan sekitar menunjang dan nyaman • Menciptakan suasana kesatuan diantara penyewa. • Suatu pusat perbelanjaan harus menjadi milik masyarakat setempat • Terciptanya suasana yang serasi dengan lokasi
2.	Daya Tarik	Uli, 1985 : 5	<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang pantas • Parkir yang lapang dan mudah dicapai pengunjung • Kelengkapan barang dan keamanan yang terjamin • Pedestrian yang terlindungi • Kemudahan pencapaian dari satu toko ke toko yang lain • Adanya sarana rekreasi yang memadai

Sumber : Uli, 1985

BAB III

KAJIAN UMUM KOTA TANJUNGPINANG DAN PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER

Gugusan Pulau-pulau yang dikenal dengan Kepulauan Riau sudah sejak berabad-abad yang lalu diketahui memegang peranan penting dalam sejarah perkembangan kawasan ini. Hal ini terutama disebabkan karena letaknya yang strategis pada posisi silang perdagangan dan pelayaran dunia, yakni antara Timur dan Barat serta antara Samudra Indonesia dengan Laut Cina Selatan. Kedudukan strategis tersebut telah mendorong Kepulauan Riau menjadi salah satu sentra perdagangan dan pelayaran di kawasan Selat Malaka.

Menurut sumber sejarah yang ada, jauh sebelum berdirinya kerajaan Malaka di Semenanjung Timur Melayu pada awal abad XV, di pulau terbesar dari gugusan Kepulauan Riau yaitu Pulau Bintan telah berdiri sebuah kerajaan. Kerajaan tersebut bernama **“Kerajaan Bintan”** yang berpusat di Bukit Batu, di tepi Sungai Bintan. Diperkirakan kerajaan Bintan berdiri pada awal abad XI, di mana selain diketahui merupakan pusat perdagangan dan pelayaran juga mempunyai hubungan luas dengan negara-negara lain serta memiliki tradisi, budaya dan adat istiadat yang tinggi.

Kedudukan dan peran penting dari kerajaan Bintan telah mendorong Pulau Bintan dan kawasan sekitarnya tumbuh dan berkembang menjadi bandar yang ramai dan banyak dikunjungi orang manca negara, terutama kalangan pelajar. Salah satu tempat yang ikut berperan sebagai daerah pendukung

(hinterland), yakni sebagai titik navigasi dan fungsi maritim lainnya adalah Tanjungpinang yang terletak di bagian timur Teluk Bintan, dan merupakan salah satu pintu gerbang menuju ke Pusat Kerajaan Bintan. Tanjungpinang yang posisinya berada di Teluk Bintan terlindung dari pengaruh cuaca buruk dan alur laut yang cukup dalam, merupakan tempat yang ideal bagi armada pelayaran untuk berlindung dari serangan badai, sekaligus berlabuh guna mengambil air dan perbekalan.

Menjelang berdirinya Kerajaan Riau (1722), Tanjungpinang telah menjadi kubu pertahanan Raja Kechik dalam perang saudara memperebutkan tahta Kerajaan Johor melawan Tengku Sulaiman dan sekutunya. Setelah Kerajaan Riau berdiri, kedudukan Tanjungpinang sebagai pusat pertahanan makin terlihat jelas. Ketika Riau menghadapi perang melawan Belanda antara tahun 1782-1784, Benteng Riau di Tanjungpinang dan sekitarnya sangat berjasa dalam menahan serbuan armada Belanda ke Pusat Kerajaan Riau.

Semenjak tahun 1784, Tanjungpinang mulai tumbuh sebagai sebuah tempat pemukiman dan kemudian berkembang menjadi sebuah kota yang berperan sebagai bandar dagang. Fungsi dan kedudukan sebagai pusat perdagangan menjadikan Tanjungpinang sebagai kota penting di Sumatra bagian Timur sesudah Medan dan Palembang.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 1983 tertanggal 18 Oktober 1983, dibentuk Kota Administratif Tanjungpinang. Selanjutnya sesuai dengan SK. Mendagri No. 5 Tahun 2001 tertanggal 21 Juni 2001, Kota Administratif Tanjungpinang dikembangkan menjadi Kota Tanjungpinang.

Jumlah penduduk Kota Tanjungpinang pada tahun 2001 mencapai 158.649 Jiwa (Tanjungpinang Dalam Angka, 2002). Jumlah penduduk tersebut tersebar di 4 (empat) Kecamatan, yakni Kecamatan Tanjungpinang Barat berjumlah 47.962 jiwa, Kecamatan Tanjungpinang Timur berjumlah 41.633 jiwa, Kecamatan Bukit Bestari berjumlah 51.250 jiwa dan Kecamatan Tanjungpinang Kota berjumlah 17.804 jiwa.

Dengan melihat persebaran penduduk di setiap kecamatan, dapat diketahui bahwa kecamatan Tanjungpinang Barat merupakan kecamatan yang paling padat penduduknya, yakni mencapai 1.390 jiwa/km². Sedangkan Kecamatan Tanjungpinang Timur dengan luas wilayah 83,5 km² hanya berpenduduk 41.633 jiwa, sehingga kepadatan penduduknya hanya 499 jiwa/km² dan merupakan kecamatan yang terjarang penduduknya.

3.1 Kajian Umum Kota Tanjungpinang

3.1.1 Letak Geografis

Kota Tanjungpinang berada di Pulau Bintan dengan luas wilayah mencapai 239,50 km² dan Letak Geografis berada pada posisi antara 0° 59' Lintang Utara di sebelah Utara sampai dengan 0° 51' Lintang Utara di sebelah Selatan, dan 104° 23' Bujur Timur di sebelah barat sampai dengan 104° 34' Bujur Timur di sebelah Timur. Batas wilayah administrasi Kota Tanjungpinang disebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Bintan Utara (Kabupaten Kepulauan Riau dan Kota Batam), sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Galang (Kota Batam), sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bintan

Timur (Kabupaten Kepulauan Riau) dan sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Bintan Timur (Kabupaten Kepulauan Riau).

Dengan batas wilayah administrasi ini memungkinkan Kota Tanjungpinang menjadi tempat persinggahan dari berbagai daerah yang ada disekitarnya. Disamping itu karena letaknya yang strategis pada posisi silang perdagangan dan pelayaran dunia, yakni antara Timur dan Barat serta antara Samudra Indonesia dengan Laut Cina Selatan, dan juga sejak ditetapkannya Kota Tanjungpinang sebagai ibu kota Propinsi Kepulauan Riau sejak tanggal 1 Juli 2004. Kedudukan strategis tersebut telah mendorong kota Tanjungpinang menjadi salah satu sentra perdagangan dan pelayaran dikawasan Selat Malaka. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1 berikut ini.




3.1.2 Kondisi Sosial Ekonomi

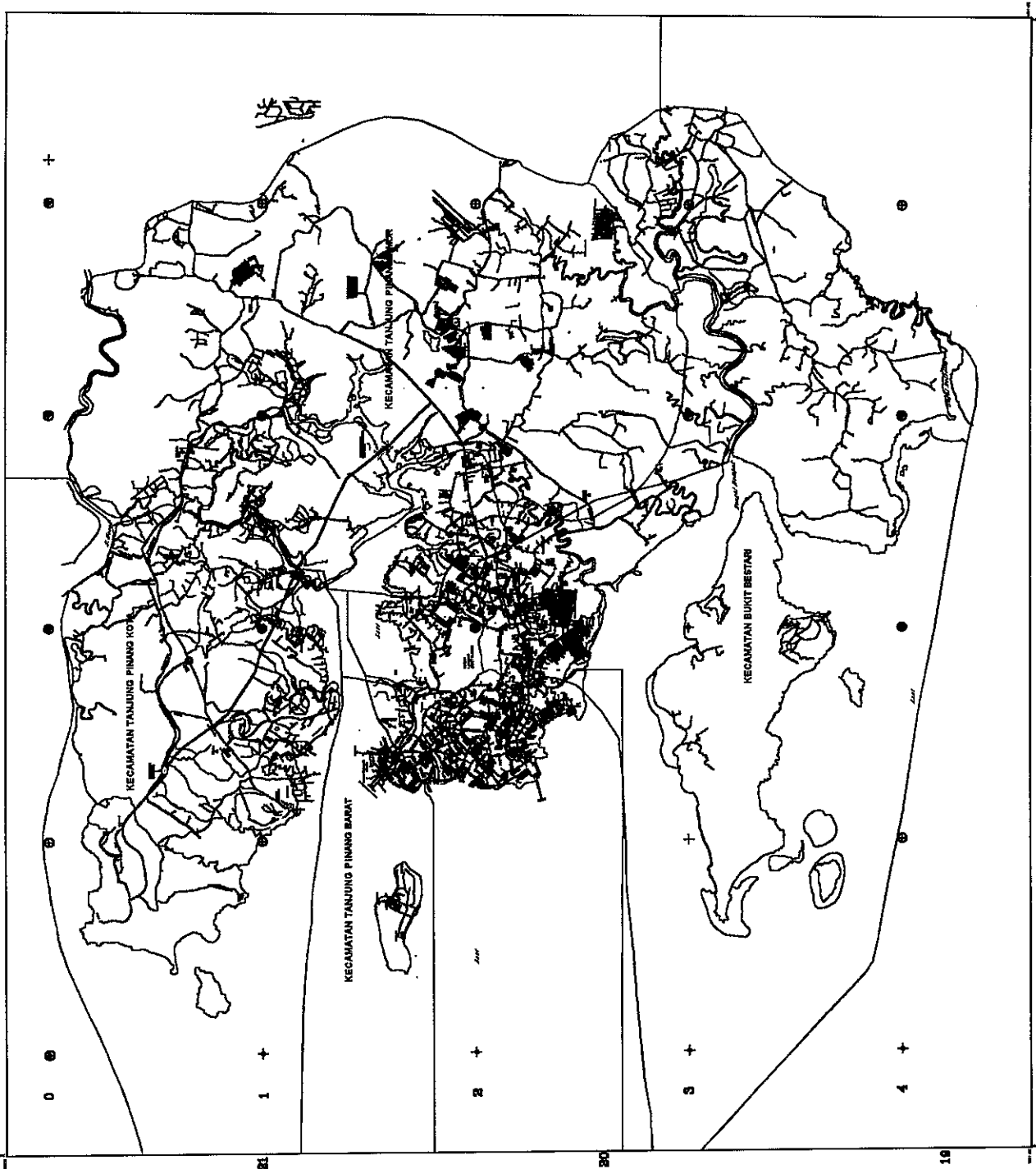
Jumlah penduduk Kota Tanjungpinang pada tahun 2001 tercatat sebesar 146.603 jiwa, dengan kepadatan penduduk sekitar 612 jiwa tiap km². Kepadatan tertinggi tercatat di Kecamatan Tanjungpinang Barat, yaitu sejumlah 1.409 jiwa tiap km². Untuk lebih jelasnya jumlah penduduk tiap kecamatan di Kota Tanjungpinang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

TABEL III.1
JUMLAH DAN KEPADATAN PENDUDUK KOTA TANJUNGPINANG (2001)

NO	KECAMATAN	LUAS WILAYAH	JUMLAH PENDUDUK	KEPADATAN (per km ²)
1.	Bukit Bestari	69,0	48.835	708
2.	Tanjungpinang Timur	83,5	31.049	372
3.	Tanjungpinang Kota	52,5	18.104	345
4.	Tanjungpinang Barat	34,5	48.615	1.409
JUMLAH		239	146.603	612

Sumber: Tanjungpinang dalam Angka, 2002

 <p>PROGRAM PASCA SARJANA MAGISTER TEKNIK PEMBANGUNAN WILAYAH DAN KOTA UNIVERSITAS DIPONEGORO</p>	
<p>TESIS</p> <p>PREFERENSI PEDAGANG DAN MASYARAKAT DALAM MENGEKSPANSI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER KOTA TANJUNGPINANG</p>	
<p>PETA LETAK GEOGRAFIS KOTA TANJUNGPINANG</p>	
<p>KETERANGAN</p> <p>BATAS ADMINISTRASI</p> <p>Batas Kecamatan</p> <p>JALAN</p> <p>Jalan Aspal/Batu</p> <p>REL</p> <p>Rel Kereta Api</p> <p>Rel Listrik</p> <p>JEMBATAN</p> <p>Jembatan Beton</p> <p>Jembatan Bata</p> <p>Jembatan Kayu</p> <p>SUNGAI</p>	
SUMBER	SKALA
<p>DATA JAWABAN SURVEI PETA JAWABAN SURVEI PETA JAWABAN SURVEI PETA JAWABAN SURVEI</p>	<p>1 : 20.000</p> 
NO PETA	UTARA
3.1	



Bila dilihat dari kepadatan penduduk seperti tabel di atas, Kecamatan Tanjungpinang Timur termasuk golongan daerah yang jarang penduduknya. bila dibandingkan dengan kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Tanjungpinang. Tetapi bila dilihat pada perkembangan kota dewasa ini, Kecamatan Tanjungpinang Timur menjadi pusat pengembangan kota, dimana telah dibangun perumahan-perumahan bagi pengembang, termasuk salah satunya pembangunan Pusat Perbelanjaan Bintan Center.

Permasalahan Tenaga Kerja selalu terletak pada tidak seimbangnya antara Jumlah Pencari Kerja dengan Lapangan pekerjaan yang tersedia. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

TABEL III.2
JUMLAH PENDUDUK 10 TAHUN KE ATAS
MENURUT KEGIATAN UTAMA DI KOTA TANJUNGPINANG (2001)

No				
1.	Angkatan Kerja	97.360	37.600	134.960
	• Bekerja	91.480	34.460	125.940
	• Pencari Pekerjaan	5880	31.40	9.020
2.	Bukan Angkatan Kerja	31.940	88.240	120.180
	• Sekolah	21400	20.740	42.140
	• Mengurus Rumah Tangga	1.240	62.320	63.560
	• Lainnya	9.300	5.180	14.480
	Jumlah	129.300	125.840	255.140

Sumber: Tanjungpinang dalam Angka, 2002

Bila dilihat pada tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah pencari kerja pada tahun 2001 masih cukup besar yaitu 9.020 orang. Jumlah ini sangat memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan pemenuhan tenaga kerja di Pusat Perbelanjaan Bintan center.

3.1.3 Sarana dan Prasarana

3.1.3.1 Jaringan Listrik

Tanjungpinang memiliki 4 lokasi jaringan listrik, yaitu di kantor cabang, kantor jaga Senggarang, Rtg Penyengat, dan Rtg Penghujan. Jumlah pelanggan listrik banyak didominasi oleh, kantor, sekolah, hotel dan ruko sebanyak 38.539.869 Kwh. Pusat Perbelanjaan Bintan Center mendapatkan jaringan listrik dari kantor cabang, dengan kapasitas terpasang energi listrik untuk masa yang akan datang sudah tersedia. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

TABEL III.3
BANYAKNYA TENAGA LISTRIK YANG DIGUNAKAN
MENURUT LOKASI DI KOTA TANJUNGPINANG (KWH) (2001)

NO	LOKASI	1999	2000	2001	2002	2003
1.	Kantor cabang	1.396.481	38.267.423	58.695.4051	2.217.606	112.576.915
2.	Ktr. Jaga Senggarang	6.046	222.657	1.615.174	0	1.811.877
3.	RTG.Penyengat	0	39.117	1.645.299	80.733	765.149
4.	RTG. Penghujan	0	10.672	71.027	0	81.969

Sumber: Tanjungpinang dalam Angka, 2002

3.1.3.2 Jaringan Air Bersih

Jaringan Air Bersih di Kota Tanjungpinang dikelola oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tanjungpinang. Kemampuan PDAM untuk meningkatkan produksinya dapat dilihat dari produksi tahun 2001 yang mencapai 5.381.169 m³, dengan jumlah pelanggan mencapai 10.828 pelanggan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL III.4
DIREKTORI PERUSAHAAN AIR MINUM
DI KOTA TANJUNGPINANG (2001)

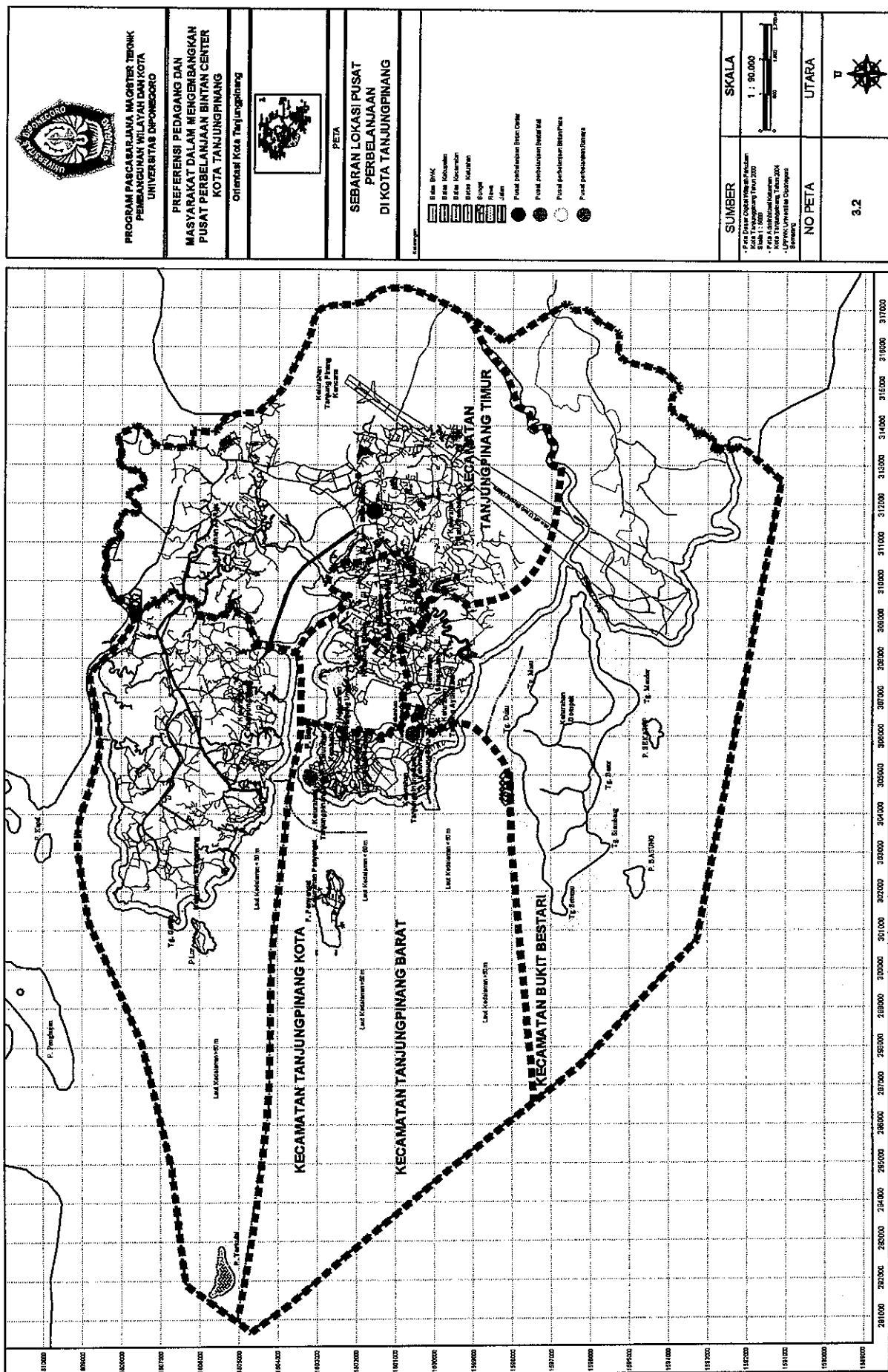
NO	LOKASI	PEMILIK	JUMLAH PANGGARAN	JUMLAH PRODUKSI (M3)	JUMLAH YANG DIDISTRIBUSIKAN
1.	PDAM Tanjungpinang	109	10.828	5.381.169	5.122.058

Sumber: Tanjungpinang dalam Angka, 2002

Ketersediaan air bersih di Pusat Perbelanjaan Bintan Center di peroleh dari PDAM Tanjungpinang, dengan kuantitas yang sudah mencukupi kebutuhan pedagang dan pengunjung, baik untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang. Karena sarana air bersih ini juga menjadi salah satu persyaratan suatu pusat perbelanjaan.

3.1.4 Eksistensi Pusat Perbelanjaan di Kota Tanjungpinang

Kota Tanjungpinang mempunyai beberapa Pusat Perbelanjaan. Antara lain adalah Bintan Mall, Bestari Mall, Mall Tanjungpinang, Pasaraya 21, Bintan Rejeki, Pinang Lestari, Sumber Rejeki. Dari beberapa pertokoan tersebut di atas tergolong ke dalam *departement store* dan *supermarket*. Pusat perbelanjaan tersebut diatas adalah pusat perbelanjaan yang tergolong besar. Lokasi dari pusat perbelanjaan tersebut adalah menyebar. Selain pusat perbelanjaan tersebut masih banyak swalayan-swalayan kecil yang melayani beberapa perumahan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut ini.



3.1.5 Rencana Tata Ruang Kota Tanjungpinang

Kota Tanjungpinang sudah memiliki Rencana Detail Tata Ruang Kota tahun 2004-2014. Dalam rencana detail tersebut terdapat beberapa kebijakan-kebijakan yang penting, antara lain adalah :

- **Kebijaksanaan Tata Ruang Kota Tanjungpinang**

Motto Kota Tanjungpinang **“JUJUR BERTUTUR BIAK BERTINDAK”** mengandung arti amanah dan bijaksana dalam menyelenggarakan pemerintah dan sebagai pelayan masyarakat dapat memberikan kekekalan dan keabadian yang nyata bagi masyarakat Kota Tanjungpinang.

Slogan Kota Tanjungpinang **“GURINDAM “** singkatan dari gigih, unggul, rapi, indah, nyaman, damai, aman dan manusiawi. Mengandung makna Kota Tanjungpinang ditata secara terpadu untuk menciptakan lingkungan yang indah, hijau, berbunga, bersih, memiliki daya pemikat bagi wisatawan yang merupakan cerminan dari pemerintahan yang berwibawa, bebas dari penyalahgunaan wewenang yang merugikan masyarakat dan bertindak berlandaskan adat istiadat, budaya, moralitas dan kemanusiaan.

Visi Kota Tanjungpinang adalah:

“Terwujudnya Kota Tanjungpinang sebagai pusat perdagangan dan jasa industri pariwisata serta budaya Melayu dalam lingkungan masyarakat yang agamis sejahtera lahir dan batin “.

Misi Kota Tanjungpinang adalah:

- Mengembangkan dan meningkatkan mutu sumber daya manusia agar mampu menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi.

- Memberdayakan masyarakat dan seluruh kekuatan ekonomi kota Tanjungpinang.
- Mengembangkan tata nilai kebudayaan melayu dan kaedah-kaedah keagamaan dan pengembangan pariwisata dikawasan Riau kepulauan.
- Mengembangkan sarana, prasarana dan utilitas kota dalam rangka pengembangan wilayah.
- Menjalin dan mengembangkan hubungan kerjasama di dalam maupun luar negeri.
- Memelihara dan memantapkan stabilitas politik, ekonomi, sosial, keamanan, ketertiban dan ketentraman masyarakat.
- Meningkatkan dan memantapkan kualitas dan kuantitas Pemerintah Kota agar lebih efektif handal dan professional.

Kota Tanjungpinang merupakan kota yang mempunyai keterkaitan eksternal yang sangat tinggi dengan daerah sekitarnya. Oleh karena itu pertimbangan eksternal wilayah ini perlu diperhatikan terutama dikaitkan dengan perwujudan interaksi antara Kota Tanjungpinang dengan kota lainnya secara lebih optimal yang berpengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian Kota Tanjungpinang. Oleh karena itu di dalam kebijakan tata ruang Kota Tanjungpinang ditentukan konsep tata ruang makro untuk Kota Tanjungpinang sebagai berikut :

1. Adanya interaksi yang sangat besar antara Kota Tanjungpinang dengan Kota Batam, Singapura dan Johor (Bajosi), karena Kota Tanjungpinang relatif dekat

dengan Kota Batam Johor dan Singapura sehingga mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, karena terkena limpahan investasi dari wilayah Bajosi tersebut, antara lain pengembangan wisata terpadu dan pengembangan kawasan industri di Pulau Bintan.

2. Letak geografis wilayah Kota Tanjungpinang berada di jalur perbatasan negara walaupun relatif agak jauh tetapi sangat rawan terhadap segi pertahanan dan keamanan yang mana kemungkinan terjadinya penyelundupan, kemungkinan invasi militer dari negara luar.
3. Optimasi pemanfaatan lahan untuk pengembangan kawasan budidaya, kegiatan budidaya di Kota Tanjungpinang ditekankan pada kegiatan industri, pariwisata perikanan dan perkebunan. Hal ini sangat esensial dikaitkan dengan perluasan pasar (*market-enhanced*) bagi aktifitas ekonomi/sektor-sektor produktif dengan memanfaatkan Singapura sebagai pasar potensial dan sekaligus sebagai salah satu sumber informasi utama pasar dunia/akses pasar global. Pemanfaatan peluang komoditi kompetitif ini, terutama adalah pariwisata, produk-produk industri, produk-produk pertanian khususnya (pengolahan hasil perikanan laut) serta sumber daya mineral (bauksit).
4. Pengembangan tata ruang makro Kota Tanjungpinang harus mampu menjawab tantangan isu kesenjangan antar kota yang telah maju (berdekatan dengan Singapura) dengan bagian wilayah yang belum berkembang. Dengan demikian secara konseptual aktivitas ekonomi Kota Tanjungpinang disamping memanfaatkan Singapura sebagai pasar utama eksternal, juga harus

memanfaatkan kawasan eksternal potensial secara ekonomi seperti Kuala Tungkal-Jambi, Riau Daratan, Bangka-Belitung dan sebagainya.

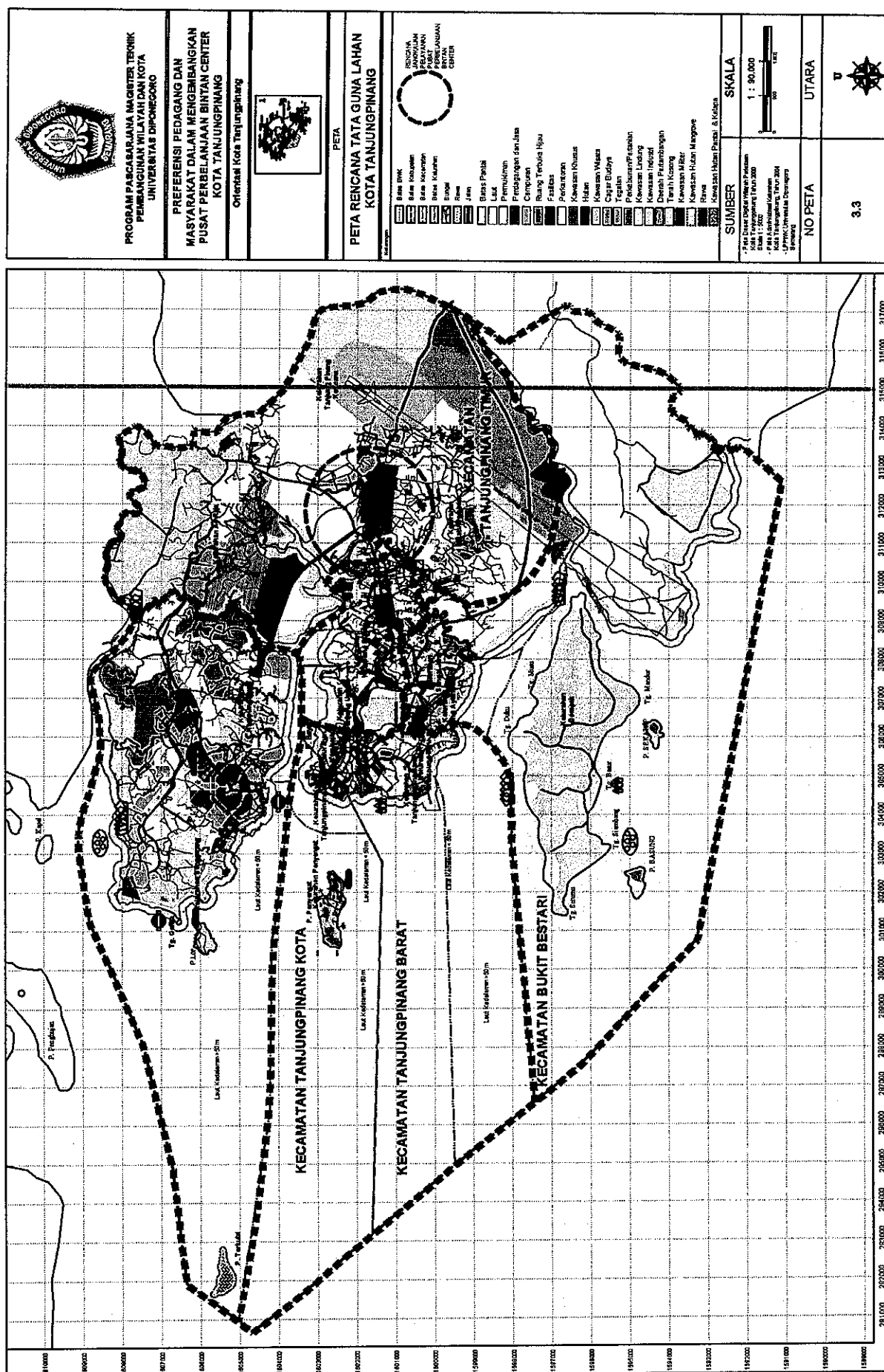
Secara eksternal (makro) kebijaksanaan yang ada lebih menekankan pada usaha peningkatan pertumbuhan Kota Tanjungpinang, sedangkan secara internal lebih ditekankan pada usaha pemerataan perkembangan dalam wilayah administratif Kota Tanjungpinang yang simultan dan terpeliharanya daya dukung lingkungan serta stabilitas internal wilayah. Aspek-aspek dasar yang dipertimbangkan dalam pengembangan tata ruang Kota Tanjungpinang secara internal adalah:

1. Perlunya memantapkan fungsi lindung kawasan-kawasan yang sangat menentukan resapan air. Pemantapan fungsi lindung kawasan hutan juga perlu dilakukan demi mempertahankan ekosistem dan kelestarian hutan di Kota Tanjungpinang.
2. Adanya ketimpangan antar kawasan yang cepat tumbuh di kawasan pusat kota dan kawasan lainnya terutama di sebelah utara dan timur, ketimpangan pertumbuhan antar kawasan ini harus ditekan/dikurangi melalui penataan ruang wilayah. Pada hakekatnya alokasi aktifitas ekonomi/sektor-sektor produktif yang berdimensi spasial harus memanfaatkan kawasan yang masih kosong.
3. Masih rendahnya kualitas penduduk lokal, sedangkan kesempatan kerja yang tersedia cukup besar yang membutuhkan keterampilan dan keahlian akibatnya penduduk lokal mendapat pekerjaan kasar dengan upah yang relatif rendah,

akibatnya pendapatan per kapita penduduk Kota Tanjungpinang masih relatif rendah dan timbulnya kesenjangan ekonomi antara penduduk pendatang dengan penduduk lokal.

4. Banyak penduduk yang melakukan migrasi terutama penduduk yang berada di pinggiran Kota Tanjungpinang ke pusat Kota Tanjungpinang, akibatnya penduduk bagian barat Kota Tanjungpinang mengalami pertumbuhan yang pesat dan kepadatan penduduk yang relatif tinggi dibandingkan kecamatan lainnya yang ada di dalam wilayah Kota Tanjungpinang.
5. Pembangunan Kota Baru di Senggarang sebagai pusat pemerintahan Kota Tanjungpinang yang baru dapat mendorong migrasi besar-besaran ke kota tersebut. Sehingga secara tidak langsung dapat mempengaruhi pertumbuhan penduduk di dalam Kota Tanjungpinang secara keseluruhan. Hal yang perlu diperhatikan adalah arah pendistribusian penduduk tersebut sehingga tidak terkonsentrasi di kawasan tertentu.

Beberapa kebijakan dari RDTRK Kota Tanjungpinang 2004–2014 dapat menjadi pertimbangan dalam analisis yang dilakukan dalam penelitian ini. Untuk mengetahui rencana pembangunan lahan Kota Tanjungpinang menurut RDTRK Kota Tanjungpinang tahun 2004–2014 dapat dilihat pada gambar 3.3 berikut ini.



3.2 Kajian Umum Pusat Perbelanjaan Bintan Center, Kota Tanjungpinang

3.2.1 Lokasi Pusat Perbelanjaan Bintan Center

Pusat Perbelanjaan Bintan Centre terletak di Jalan D.I. Pandjaitan Km 9 Kelurahan Air Raja Kecamatan Tanjungpinang Timur. Pusat perbelanjaan ini terletak di sepanjang jalan kolektor primer yang menghubungkan Kota Tanjungpinang dengan Kota Kijang. Selain itu Pusat perbelanjaan Bintan Center juga dibatasi oleh pusat pengembangan profesi seperti perumahan Bintan Centre, Bumi Indah, Taman Seraya, Lembah Asri, Pekarangan Indah, dan sebagainya. Selain itu juga dikelilingi pusat-pusat perbelanjaan (swalayan) seperti Top Star, Pinang Lestari dan pertokoan-pertokoan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.2. Rencana pengembangan sarana perdagangan kawasan Bintan Center ini terbagi menjadi 3 tahap yaitu :

a. Tahap I

1. Pembangunan Pertokoan sebagai pusat bisnis dan perdagangan \pm 200 unit.
2. Pembangunan Pasar Buah, yang dilengkapi dengan kios-kios khusus untuk pedagang buah-buahan.
3. Pembangunan pasar tradisional yang terdiri dari kios-kios dengan ukuran $2 \times 3 \text{ m}^2$, $3 \times 3 \text{ m}^2$ dan $3 \times 4 \text{ m}^2$ sebanyak 216 unit, serta meja pedagang ikan, meja pedagang daging, meja pedagang sayur sebanyak 240 unit.

Adapun pembangunan sektor I tahap I (pertama) ini direncanakan dikerjakan tahun 2001 sampai dengan tahun 2003.

b. Tahap II

1. Pembangunan Pertokoan Lanjutan + 200 unit
2. Pembangunan Rumah Tinggal + 100 unit
3. Pembangunan Fasilitas Ibadah (Masjid, Vihara)
4. Pembangunan Fasilitas Kesehatan (Poliklinik/Puskesmas)
5. Pembangunan Fasilitas Olahraga (Lapangan tenis, Fitness Center)
6. Pembangunan Fasilitas Permainan Anak (Play Children)
7. Penyediaan Lahan untuk fasilitas pendidikan.
8. Pembangunan sektor I tahap II (kedua) ini direncanakan mulai dikerjakan pada tahun 2003 sampai dengan tahun 2004.

c. Tahap III

1. Rencana pembangunan Shopping Center 3 (Tiga) lantai dengan luas $\pm 25.000 \text{ m}^2$.
 2. Pembangunan pasar swalayan ± 450 unit tempat usaha (dibangun di dalam Shopping Center).
 3. Pembangunan Hotel Berbintang 2 dengan jumlah ± 200 kamar.
 4. Pembangunan Pertokoan lanjutan ± 200 unit.
 5. Lapangan Golf 9 Hole "*Bintan Center Golf Club*". Pembangunan lapangan golf untuk 9 hole dengan 18 Tee Boxnya akan menambah suasana komplek akan lebih hijau dan asri.
- Pembangunan untuk sektor I tahap III (ketiga) ini direncanakan mulai dikerjakan pada tahun 2004 sampai dengan tahun 2006.

Untuk sektor I (pertama) Bintang Center direncanakan selesai pembangunannya pada tahun 2006 dengan kapasitas tempat usaha ± 1.500 tempat usaha.

3.2.2 Rencana Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center

Beberapa data yang dikumpulkan dari hasil wawancara dengan pengembang adalah data tentang latar belakang munculnya Pusat Perbelanjaan Bintang Center, rencana besar atau master plan dari Pusat Perbelanjaan Bintang Center, dan berbagai upaya yang akan dan yang sudah dilakukan pengembang dalam rangka pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center. Dari hasil wawancara dan pengambilan data sekunder dari pengembang dapat diperoleh beberapa data sebagai berikut.

1. Bahwa Pusat Perbelanjaan Bintang Center adalah salah satu bagian dari rencana besar/masterplan untuk mewujudkan dan mengembangkan areal seluas ± 200 Ha untuk menjadi daerah Perumahan, Pertokoan, dan Kawasan Hunian yang Eksklusif di Batu X Tanjungpinang yang dinamakan dengan Super Block "BINTAN CENTER." Hal ini merupakan upaya untuk mewujudkan Bintang Center sebagai kawasan perdagangan dan ekonomi sesuai dengan Rencana Umum Tata Ruang (RUTR) yang ada.
2. Beberapa motivasi pengembang dalam mengembangkan Pusat Perbelanjaan Bintang Center adalah terwujudnya Bintang Center sebagai kawasan perdagangan dan ekonomi sesuai dengan Rencana Umum Tata Ruang (RUTR) yang ada. Peningkatan berbagai fasilitas di Pusat Perbelanjaan Bintang Center

diharapkan segera dapat mempercepat terwujudnya tujuan tersebut. Usaha untuk mempercepat semaraknya kegiatan perdagangan di Bintan Center terus dilakukan oleh pengembang sebagai tanggung jawab moral terhadap para pedagang yang telah membeli/menyewa ruko yang ada sebagai bagian dari kerangka besar tujuan terwujudnya Bintan Center sebagai kawasan perdagangan dan ekonomi sesuai dengan Rencana Umum Tata Ruang (RUTR) yang ada.

3. Penentuan jumlah ruko atau pembangunan ruko-ruko yang ada berdasarkan rencana Master Plan yang telah dibuat oleh pengembang, dimana dalam Master Plan tersebut pengembang akan mengembangkan areal seluas ± 200 Ha untuk menjadi daerah Perumahan, Pertokoan, dan Kawasan Hunian yang Eksklusif di Batu X Tanjungpinang yang dinamakan dengan Super Block **"BINTAN CENTER"**. Sedangkan pembangunan ruko di Bintan Center terbagi menjadi 3 sektor. Dimana setiap sektor terdiri dari 3 tahap pengembangan. Sampai saat ini pengembangan ruko sudah mencapai 20% dari total rencana pembangunan.
4. Pengembangan ruang kawasan Perdagangan Bintan Center telah disesuaikan dengan rencana Master Plan yang ada. Begitu juga telah disesuaikan dengan Rencana Umum Tata Ruang (RUTR), dimana kawasan ini memang diperuntukkan untuk kawasan perdagangan, ekonomi dan pertokoan. Namun memang secara kenyataan di lapangan rencana tersebut dapat berubah dari Master Plan yang telah disusun, namun tidak mengubah secara essensial dari RUTR yang ada.

5. Secara keseluruhan pembangunan sarana perdagangan yang ada baru mencapai 20% dari Master Plan yang ada. Pembangunan ini sedang memasuki Sektor I. Dimana dalam sektor ini terbagi menjadi 3 tahap yang direncanakan selesai dalam 5 tahun sejak tahun 2001. Untuk sektor I Bintan Center direncanakan selesai pembangunannya diharapkan dan diperkirakan pada tahun 2006 dengan kapasitas tempat usaha ± 1500 tempat usaha.

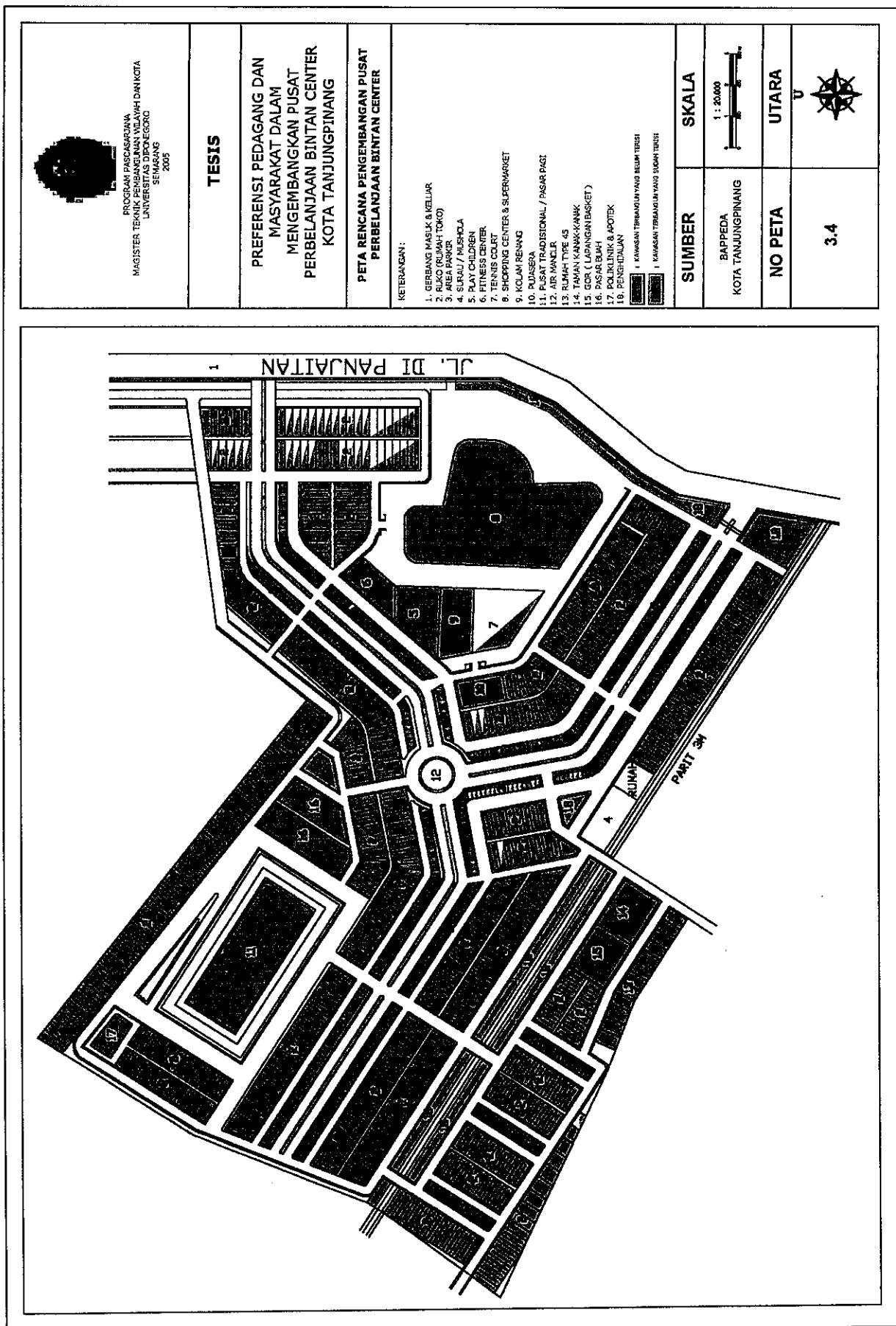
Penataan pusat perbelanjaan Bintan Center dapat dilihat pada gambar 3.4.

3.2.3 Ketersediaan dan Kondisi Sarana dan Prasarana di Pusat Perbelanjaan Bintan Center Kota Tanjungpinang

Sarana dan prasarana yang tersedia di Pusat Perbelanjaan Bintan Center meliputi sarana rekreasi, jaringan transportasi termasuk pedestrian dan parkir serta WC umum. Sedangkan prasarana yang tersedia meliputi: jaringan telepon, listrik, air bersih.

3.2.3.1 Sarana Rekreasi

Sarana rekreasi yang sudah direncanakan oleh pengembang seperti play children, fitness center, tennis court dan kolam renang sampai saat ini belum tersedia di Bintan Center tapi taman bermain anak yang bentuknya masih sangat sederhana sudah dalam proses pembangunan.



Dari gambar tersebut terlihat pihak pengembang sudah memikirkan konsep taman bermain anak di dalam pengembangan pusat perbelanjaan Bintang Center. Dengan adanya sarana rekreasi tersebut diharapkan akan menarik minat pengunjung di kawasan bintang Center. Taman bermain anak ini terletak di depan kompleks ruko dan dapat diakses melalui pintu masuk sebelah timur dari pusat perbelanjaan Bintang Center. Begitu juga dengan *fitness center*, *tennis court* dan kolam renang akan dibangun di depan kompleks ruko-ruko. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.3 keterangan nomor 5,6,7 dan 9. Dalam masa pembangunannya, kawasan pusat perbelanjaan Bintang sering digunakan untuk *road race*. Dan taman ini sering digunakan sebagai bengkel dadakan untuk motor yang digunakan dalam *road race* tersebut.

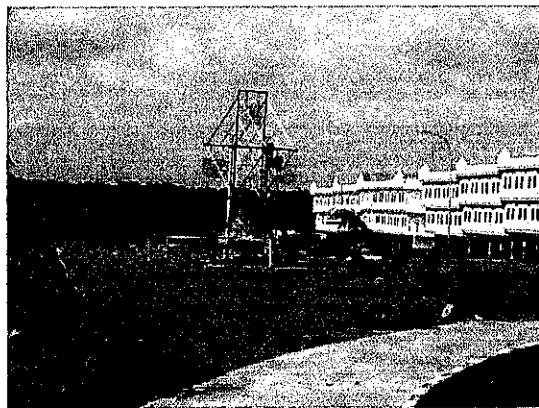
3.2.3.2 Sarana Transportasi

Moda Angkutan Kota

Moda Angkutan Kota yang ada di Kota Tanjungpinang terdiri dari transport, ojek dan taksi. Transport dan Ojek melayani angkutan dalam kota yang tidak memiliki trayek yang jelas antara satu angkutan dengan angkutan yang lainnya. Pelayanan yang diberikan kepada masyarakat diberikan sesuai dengan tingkat kebutuhan dari masyarakat tersebut, kemana yang mau mereka tuju. Sementara untuk moda angkutan taksi, dapat melayani angkutan dalam kota dan dapat juga digunakan untuk angkutan luar kota.

Sistem Jaringan Transportasi

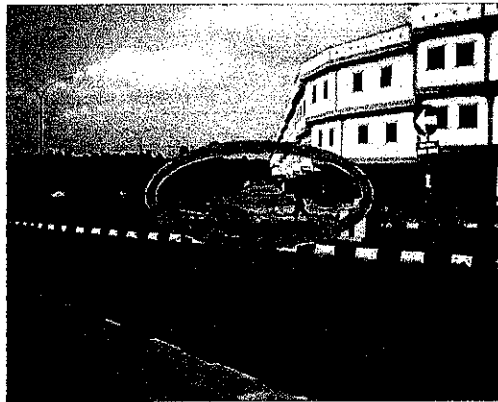
Jalur jalan yang merupakan jalan yang menghubungkan antara Pusat Perbelanjaan Bintan Center dan pusat-pusat perbelanjaan yang lain merupakan jalur yang dua arah, dengan lebar jalan sebesar 4 meter. Baik itu yang merupakan jalan utama maupun jalan yang berada didalam kawasan Bintan Center. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.5 berikut ini.



GAMBAR 3.5
SALAH SATU SARANA REKREASI
YANG DIRENCANAKAN DIBANGUN DI BINTAN CENTER

Tempat Parkir

Tempat parkir merupakan salah satu sarana yang harus disediakan di pusat perbelanjaan. Ketersediaan tempat parkir merupakan salah satu daya tarik bagi pedagang maupun konsumen untuk melakukan aktivitas di pusat perbelanjaan. Penyediaan tempat parkir yang luas dan pengaturannya yang tidak terlalu jauh dari toko-toko yang tersebar di pusat perbelanjaan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pengembang dalam melakukan pengembangan pusat perbelanjaan. Di pusat perbelanjaan Bintan Center ketersediaan tempat parkir sudah cukup tersedia.

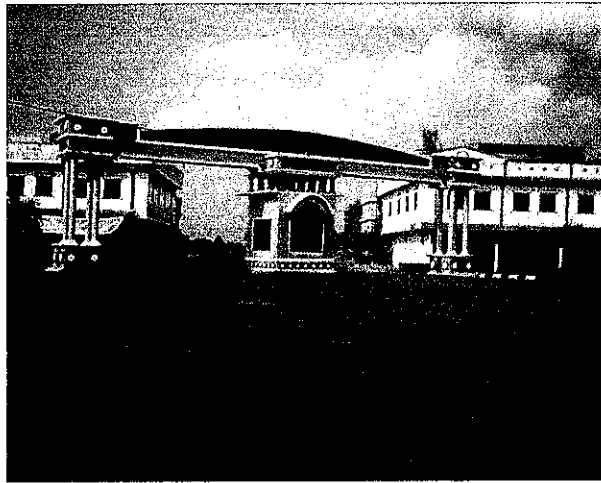


GAMBAR 3.6
LAHAN PARKIR PERTOKOAN
DI BINTAN CENTER

Dari gambar di atas terlibat masing-masing ruko mempunyai lahan parkir yang cukup luas. Tetapi lahan parkir yang tersedia saat ini masih menjadi satu dengan komplek ruko dan belum berfungsi sebagai tempat bongkar muat komoditas perdagangan di Bintan Center. Karena pusat perbelanjaan Bintan Center saat ini belum berkembang dan masih banyak ruko yang belum berfungsi sebagaimana mestinya, maka kondisi tempat parkir yang ada saat ini diperkirakan masih cukup memadai untuk menampung aktivitas perdagangan di pusat perbelanjaan Bintan Center. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta 3.4 keterangan nomor 3.

Sarana Jalan

Dalam pengembangannya, suatu pusat perbelanjaan membutuhkan kemudahan dalam hal pencapaian dan ketersediaan sarana jalan yang mendukung pengembangan pusat perbelanjaan tersebut.



GAMBAR 3.7
KONDISI JALAN DI BINTAN CENTER

Pusat perbelanjaan Bintan Center berlokasi di Km 9 yang dilalui oleh jalan kolektor yang menghubungkan antara Kota Tanjungpinang dengan Kota Kijang. Dari lebar jalan yang ada saat ini cukup untuk menampung aktivitas ekonomi yang nanti akan berkembang di pusat perbelanjaan Bintan Center. Baik untuk kendaraan dari pengunjung, pedagang, angkutan umum maupun angkutan untuk komoditas perdagangan di pusat perbelanjaan Bintan Center tersebut.

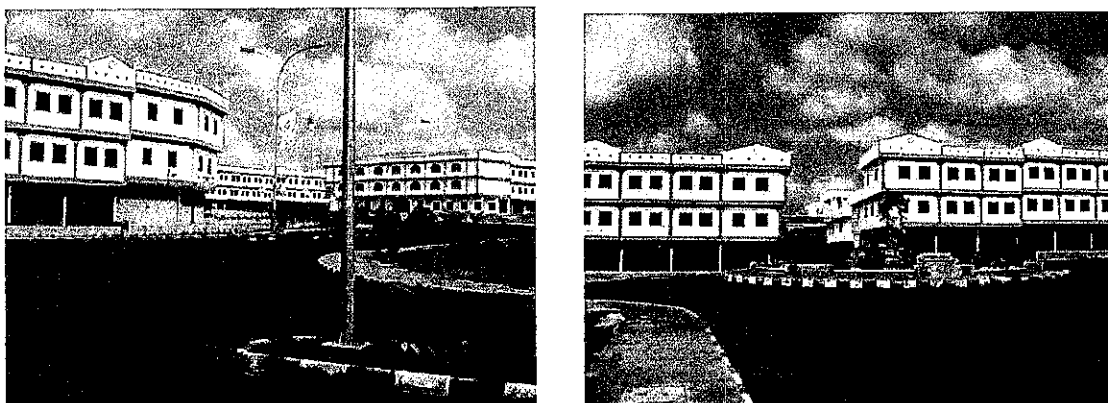
Untuk sirkulasi di dalam pusat perbelanjaan Bintan Center itu sendiri, terdapat dua jalan masuk dan jaringan jalan yang tersedia cukup lebar. Gambar di atas merupakan pintu masuk sebelah timur. Di masing-masing pintu masuk sudah terdapat dua jalur untuk jalan masuk dan keluar. Dan lebar dari masing-masing jalur kurang lebih 4 meter. Begitu juga kondisi jaringan jalan yang terdapat di dalam pusat perbelanjaan Bintan Center. Masing-masing jalur tersebut dipisahkan oleh gason selebar 1 meter. Dengan kondisi sirkulasi jalan yang ada di dalam diharapkan dapat menampung aktivitas perdagangan yang ada di pusat

perbelanjaan Bintan Center. Apalagi didukung dengan lokasi pusat perbelanjaan yang terletak di jalan kolektor primer yang menghubungkan antara Kota Tanjungpinang dengan Kota Kijang.

Sarana Pejalan Kaki

Menurut salah satu dari faktor-faktor pusat perbelanjaan bisa berkembang antara lain adalah kenyamanan yang menekankan pada kualitas lingkungan dengan mengakomodasikan pola pedestrian yang dilengkapi dengan perabot jalan, vegetasi, disain jalan yang terlindung cuaca dan sebagainya.

Dari sedikit kutipan di atas, sarana pejalan kaki cukup penting disediakan di suatu pusat perbelanjaan. Tapi perlu diantisipasi juga dengan adanya pedestrian ini maka akan tumbuh sektor perdagangan informal yang menggunakan areal pedestrian ini sebagai tempat aktivitas mereka. Apabila hal ini tidak di atur dengan baik, maka akan sulit untuk mengendalikan adanya sektor perdagangan informal tersebut dan akan mengganggu terhadap aktivitas lain yang ada di pusat perbelanjaan.



GAMBAR 3.8
FASILITAS PEDESTRIAN DI BINTAN CENTER

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa fasilitas pedestrian sudah tersedia di sepanjang jalan di dalam pusat perbelanjaan Bintan Center.

Sarana Pengiriman Barang

Sarana pengiriman barang belum disediakan oleh pihak pengembang untuk pedagang yang berinvestasi di pusat perbelanjaan Bintan Center. Dari jumlah pedagang yang sudah melakukan aktivitas di pusat perbelanjaan Bintan Center menurut pihak pengembang masih belum diperlukan untuk menyediakan sarana pengiriman barang. Para pedagang saat ini masih mampu untuk memenuhi aktivitas pengiriman barang dengan kendaraan pribadi dari masing-masing pedagang.

3.2.3.3 Sarana WC Umum

Untuk saat ini Pusat Perbelanjaan Bintan Center masih belum berfungsi secara optimal, begitu juga dengan sarana WC yang digunakan masih 1 unit WC yang dipakai yang terdiri dari 4 kamar untuk wanita dan 4 kamar untuk pria, sedangkan 1 unit lagi tidak digunakan, mengingat masih rendahnya tingkat kunjungan di Pusat Perbelanjaan Bintan Center.

3.2.3.4 Sarana Air Bersih

Air bersih merupakan kebutuhan utama bagi manusia. Dalam melakukan segala aktivitas kebutuhan akan air bersih adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Karena itu di pusat perbelanjaan Bintan Center perlu diidentifikasi akan

ketersediaan air bersihnya. Saat ini pengembang telah menyediakan jaringan PDAM di dalam pusat perbelanjaan Bintan Center.

3.2.3.5 Jaringan Telepon

Di kawasan pusat perbelanjaan Bintan Center secara umum telah terfasilitasi oleh sarana telekomunikasi baik dari telkom maupun dari provider telepon bergerak. Pada pusat perbelanjaan ini telah terdapat 3 (tiga) buah wartel untuk memenuhi kebutuhan akan fasilitas telekomunikasi umum. Dengan adanya jaringan telekomunikasi yang baik maka pedagang yang melakukan aktivitasnya di pusat perbelanjaan Bintan Center akan dipermudah dalam melakukan hubungan jarak jauh baik dengan penyedia barang maupun dengan pihak konsumen.

3.2.3.6 Jaringan Listrik

Jaringan listrik merupakan prasarana dasar yang harus dipenuhi untuk melakukan segala aktivitas. Dalam melakukan pengembangan pusat perbelanjaan juga harus memperhatikan ketersediaan jaringan listrik tersebut. Pihak pengembang pusat perbelanjaan Bintan Center sudah menyediakan jaringan listrik untuk masing-masing ruko yang ada di pusat perbelanjaan Bintan Center.

3.2.3.7 Eksistensi Pusat Perbelanjaan Bintan Center

Pusat Perbelanjaan Bintan Center merupakan pusat perbelanjaan model superblok yang diresmikan pembangunannya pada tahun 2003. Pembangunan Bintan Center ini adalah salah satu upaya dari Pemerintah Kota Tanjungpinang

untuk pemeratakan pembangunan dengan membuat pusat-pusat pertumbuhan baru. Dalam waktu dua tahun perkembangannya, pembangunan pusat perbelanjaan Bintan Center sangat mempengaruhi perkembangan kawasan di sekitarnya. Semakin banyaknya permukiman dan munculnya berbagai macam usaha dari warga sekitar membuktikan bahwa pembangunan pusat perbelanjaan Bintan Center memberi dampak yang bagus bagi perkembangan kawasan di sekitarnya. Walaupun belum 100% selesai, pembangunan pusat perbelanjaan Bintan Center cukup perlu mendapat perhatian khusus dari pemerintah Kota Tanjungpinang dalam mengembangkan kawasan yang cukup tertinggal.

3.2.3.8 Preferensi Pedagang dan Masyarakat Terhadap Ketersediaan dan Kondisi Sarana dan Prasarana Pusat Perbelanjaan Bintan Center

Sarana dan prasarana yang tersedia di Pusat Perbelanjaan Bintan Center meliputi sarana rekreasi, jaringan transportasi termasuk pedestrian dan parkir serta WC umum. Sedangkan prasarana yang tersedia meliputi: jaringan telepon, listrik, air bersih. Secara rinci dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi dibawah ini:

1. Sarana Rekreasi

a. Responden Konsumen

Ketersediaan sarana rekreasi sebagai daya tarik pengunjung di Pusat Perbelanjaan Bintan Center ini masih belum tersedia secara maksimal dan baru berbentuk tempat bermain anak yang masih sangat sederhana. Sementara sarana rekreasi yang lainnya masih dalam proses pengerjaan. Dari hasil penelitian sebagian besar pengunjung menyarankan agar segera disediakan tempat bermain

anak-anak yaitu sebanyak 44,4% (16 responden), dengan adanya sarana tersebut diharapkan dapat menarik pengunjung meramaikan pusat Perbelanjaan Bintang Center.

TABEL III.5
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KETERSEDIAAN SARANA REKREASI

Kondisi Sarana Rekreasi	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total (%)
Sudah ada	-	-	-
Belum ada	44	100,0	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL III.6
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT SARANA REKREASI YANG PERLU DISEDIAKAN

Sarana Rekreasi	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total (%)
Ruang Terbuka Hijau	7	15,9	15,9
Tempat Bermain Anak-anak	17	38,6	54,5
Bioskop	3	6,8	61,4
Taman Bunga	3	6,8	68,2
Kolam Renang	9	20,5	88,6
Lapangan Tenis	5	11,4	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dalam suatu pusat perbelanjaan, harus ada ruang publik yang dapat digunakan pengunjung sebagai tempat istirahat. Dari distribusi data di atas terlihat keinginan pengunjung untuk adanya ruang publik di pusat perbelanjaan Bintang Center.

b. Responden Pedagang

Ketersediaan sarana rekreasi menurut pedagang masih belum ada dan sebagian besar dari pedagang di Pusat Perbelanjaan Bintang Center menyarankan agar disediakan ruang terbuka hijau yaitu sebanyak 44,4% (16 responden), dengan adanya sarana tersebut mereka dapat memanfaatkan ruang terbuka hijau tersebut untuk menarik pengunjung berbelanja di pusat Perbelanjaan Bintang Center dan bisa meramaikan pusat Perbelanjaan Bintang Center.

TABEL III.7
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KETERSEDIAAN SARANA REKREASI

Sudah ada	-	-	-
Belum ada	36	100,0	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL II.8
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT SARANA REKREASI YANG PERLU DISEDIAKAN

Ruang Terbuka Hijau	16	44,4	44,4
Tempat Bermain Anak-anak	12	33,3	77,8
Bioskop	3	8,3	86,1
Taman Bunga	2	5,6	91,7
Kolam Renang	3	8,3	100,0
Lapangan Tennis	-	-	-

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Perbedaan preferensi dari pengunjung dan pedagang adalah tentang sarana rekreasi yang disediakan pengembang di pusat perbelanjaan Bintang Center. Menurut preferensi pedagang ruang terbuka hijau menempati peringkat pertama.

Karena pedagang beranggapan bahwa ruang terbuka hijau lebih banyak manfaatnya bagi para pengunjung maupun pedagang. Dengan adanya ruang terbuka hijau, selain sebagai penyeimbang ekosistem dari padatnya bangunan yang ada di pusat perbelanjaan Bintan Center, juga dapat dimanfaatkan sebagai tempat istirahat bagi kalangan semua usia. Selain itu bisa juga digunakan sebagai ruang publik bagi masyarakat yang ada di sekitar pusat perbelanjaan Bintan Center.

2. Sarana Transportasi

Tempat Parkir

Tempat parkir merupakan salah satu sarana yang harus disediakan di pusat perbelanjaan. Ketersediaan tempat parkir merupakan salah satu daya tarik bagi pedagang maupun konsumen untuk melakukan aktivitas di pusat perbelanjaan. Penyediaan tempat parkir yang luas dan pengaturannya yang tidak terlalu jauh dari toko-toko yang tersebar di pusat perbelanjaan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pengembang dalam melakukan pengembangan pusat perbelanjaan. Di pusat perbelanjaan Bintan Center ketersediaan tempat parkir sudah cukup tersedia. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil survei yang sudah dilakukan baik dengan konsumen maupun dengan pedagang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada paparan di bawah ini.

a. Responden Konsumen

Konsumen dari pusat perbelanjaan Bintan Center berpendapat bahwa sarana tempat parkir di pusat perbelanjaan Bintan Center sudah cukup memadai

dan dapat menampung aktivitas yang terjadi hingga saat ini. Tapi perlu diantisipasi juga apabila pusat perbelanjaan Bintan Center berkembang aktivitasnya. Karena menurut konsumen luasan dari tempat parkir yang tersedia saat ini masih sedang. Aktivitas yang saat ini terjadi di pusat perbelanjaan Bintan Center yang belum terlalu padat menyebabkan luasan areal parkir yang ada saat ini menurut konsumen dirasa masih cukup memadai dan tidak mengganggu aktivitas yang lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

TABEL III.9
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KETERSEDIAAN TEMPAT PARKIR

Ya	44	100,0	100,0
Tidak	-	-	-

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL III.10
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KONDISI TEMPAT PARKIR

Sangat sempit	-	-	-
Sedang	23	52,3	52,3
Luas	18	40,9	93,2
Sangat luas	3	6,8	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

b. Responden Pedagang

Pedagang berpendapat hampir sama dengan konsumen tentang ketersediaan tempat parkir. Semua responden dari pedagang menyatakan bahwa di pusat perbelanjaan Bintan Center sudah tersedia tempat parkir yang memadai.

Tapi menurut pedagang luasan areal parkir yang ada di pusat perbelanjaan Bintang Center cukup luas. Sebanyak 28 dari 36 responden menyatakan lahan parkir di pusat perbelanjaan Bintang Center luas. Mungkin karena saat ini belum banyak aktivitas perdagangan yang terjadi di pusat perbelanjaan Bintang Center. Hal ini terlihat dari masih banyaknya toko yang sudah terjual tapi belum dimanfaatkan untuk aktivitas perdagangan bagi pembelinya toko tersebut. Karena belum maksimalnya toko-toko yang berada di pusat perbelanjaan Bintang Center dalam melakukan aktivitas perdagangan, maka kondisi tempat parkirpun bagi pedagang dirasa cukup luas dalam menampung aktivitas perdagangan di pusat perbelanjaan Bintang Center. Selain itu pengaturan tempat parkir yang ada saat ini menurut pedagang tidak mengganggu aktivitas yang lain di pusat perbelanjaan Bintang Center.

TABEL III.11
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KETERSEDIAAN TEMPAT PARKIR

Kondisi Tempat Parkir	Jumlah Responden	Persentase	Persentase Kumulatif
Ya	36	100,0	100,0
Tidak	-	-	-

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL III.12
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KONDISI TEMPAT PARKIR

Kondisi Tempat Parkir	Jumlah Responden	Persentase	Persentase Kumulatif
Sangat sempit	-	-	-
Sedang	7	19,4	19,4
Luas	28	77,8	97,2
Sangat luas	1	2,8	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari distribusi data di atas, menurut pihak pedagang, ketersediaan lahan parkir luas menempati peringkat pertama. Dengan demikian, kondisi sarana parkir untuk pedagang dirasa cukup, tapi perlu diingat, lahan parkir disini bukan hanya berfungsi sebagai tempat parkir saja tapi juga sekaligus tempat bongkar muat barang bagi pedagang. Dan selama ini menurut pihak pedagang kondisi tempat parkir tidak mengganggu terhadap aktivitas yang lain di pusat perbelanjaan Bintan Center. Ini dapat dilihat dari distribusi frekuensi dari pihak pedagang yang menyatakan bahwa kondisi tempat parkir tidak mengganggu aktivitas yang lain mencapai 91,7%. Jadi untuk pengembangannya kondisi tempat parkir di pusat perbelanjaan Bintan Center dirasa cukup memadai bagi pihak pengembang.

Sarana Jalan

Dalam pengembangannya, suatu pusat perbelanjaan membutuhkan kemudahan dalam hal pencapaian dan ketersediaan sarana jalan yang mendukung pengembangan pusat perbelanjaan tersebut.

Pusat perbelanjaan Bintan Center berlokasi di Km 9 yang dilalui oleh jalan kolektor yang menghubungkan antara Kota Tanjungpinang dengan Kota Kijang. Dari lebar jalan yang ada saat ini cukup untuk menampung aktivitas ekonomi yang nanti akan berkembang di pusat perbelanjaan Bintan Center. Baik untuk kendaraan dari pengunjung, pedagang, angkutan umum maupun angkutan untuk komoditas perdagangan di pusat perbelanjaan Bintan Center tersebut. Berikut ini hasil distribusi frekuensi untuk kondisi jalan menurut pihak konsumen maupun pihak pedagang.

a. Responden Konsumen

Ketersediaan sarana kondisi jalan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center sudah tersedia dengan kondisi yang sudah memadai dan mencukupi kebutuhan pengunjung maupun pedagang, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

TABEL III.13
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KONDISI JALAN

Kondisi Jalan	Jumlah Responden	Persentase (%)	Persentase (%)
Sudah	44	100,0	100,0
Belum	-	-	-

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari tabel di atas, pihak konsumen merasa bahwa kondisi jalan yang ada di pusat perbelanjaan Bintang Center cukup memadai untuk dilalui kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Sehingga dalam pencapaiannya cukup mudah dilakukan oleh pihak konsumen. Dalam pengembangan ke depanpun dirasa masih cukup memadai dalam hal daya tampung jalan yang ada saat ini.

b. Responden Pedagang

Pusat perbelanjaan Bintang Center terletak di Jalan Kolektor antara Tanjungpinang ke Kota Kijang. Dengan kondisi jalan yang cukup memadai, baik untuk kendaraan umum, pribadi maupun untuk kendaraan angkut komoditas perdagangan. Untuk ketersediaan sarana jalan yang ada di Pusat Perbelanjaan Bintang Center saat ini sudah memadai dan mencukupi kebutuhan para pedagang.

TABEL III.14
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KONDISI JALAN

KETERSEDIAAN KONDISI JALAN	FREKUENSI	PERSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Sudah	36	100,0	100,0
Belum	-	-	-

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Kondisi jalan yang ada saat ini menurut pihak pedagang untuk pengembangan pusat perbelanjaan Bintang Center dirasa masih cukup memadai. Karena daya tampung dari jalan kolektor yang menghubungkan antara Kota Tanjungpinang dengan Kota Kijang dirasa cukup untuk mengakomodasi perkembangan aktivitas ekonomi di pusat perbelanjaan Bintang Center. Terutama untuk pengangkutan komoditas perdagangan yang di jual di pusat perbelanjaan Bintang Center tersebut.

Sarana Pejalan Kaki

Menurut salah satu dari faktor-faktor pusat perbelanjaan bisa berkembang antara lain adalah kenyamanan yang menekankan pada kualitas lingkungan dengan mengakomodasikan pola pedestrian yang dilengkapi dengan perabot jalan, vegetasi, disain jalan yang terlindung cuaca dan sebagainya.

Dari sedikit kutipan di atas, sarana pejalan kaki cukup penting disediakan di suatu pusat perbelanjaan. Tapi perlu diantisipasi juga dengan adanya pedestrian ini maka akan tumbuh sektor perdagangan informal yang menggunakan areal pedestrian ini sebagai tempat aktivitas mereka. Apabila hal ini tidak di atur dengan baik, maka akan sulit untuk mengendalikan adanya sektor perdagangan

informal tersebut dan akan mengganggu terhadap aktivitas lain yang ada di pusat perbelanjaan.

Di pusat perbelanjaan Bintan Center sarana pejalan kaki sudah tersedia. Baik menurut konsumen maupun pedagang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di bawah ini.

a. Responden Konsumen

Ketersediaan sarana pejalan kaki di Pusat Perbelanjaan Bintan Center sudah tersedia dengan kondisi yang sudah memadai dan mencukupi kebutuhan pengunjung maupun pedagang. Dari kondisi diatas bisa dikatakan bahwa pihak pengembang sudah memikirkan kenyamanan bagi pengunjung dengan menyediakan sarana pejalan kaki yang memadai sehingga pengunjung dapat melakukan aktivitas perekonomiannya di pusat perbelanjaan Bintan Center dengan nyaman. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

TABEL III.15
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KONDISI SARANA PEJALAN KAKI

Kondisi Sarana Pejalan Kaki	Jumlah Responden	Persentase (%)	Total
Memadai	24	11,1	11,1
Belum Memadai	4	66,7	77,8
Lumayan	8	22,2	100,0
Total	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

b. Responden Pedagang

Untuk ketersediaan sarana pejalan kaki yang ada di Pusat Perbelanjaan Bintan Center saat ini juga sudah memadai dan mencukupi kebutuhan para pedagang.

TABEL III.16
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KONDISI SARANA PEJALAN KAKI

KONDISI SARANA PEJALAN KAKI	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Memadai	24	11,1	11,1
Belum Memadai	4	66,7	77,8
Lumayan	8	22,2	100,0
Jumlah	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Pedagang juga mempunyai pendapat yang sama dengan konsumen terhadap kondisi sarana pejalan kaki yang ada di pusat perbelanjaan Bintang Center. Ini merupakan keuntungan bagi pedagang karena konsumen merasa nyaman untuk berbelanja di pusat perbelanjaan Bintang Center dengan adanya fasilitas pejalan kaki yang sudah cukup memadai menurut pihak pedagang.

Sarana Pengiriman Barang

Khusus untuk sarana pengiriman barang, wawancara hanya dilakukan pada responden pedagang, karena proses pengiriman barang yang disediakan oleh sebuah Pusat Perbelanjaan bagi para pedagang menjadi daya tarik bagi pedagang untuk membuka usaha dipusat perbelanjaan tersebut.

TABEL III.17
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT CARA YANG DILAKUKAN
UNTUK MENGIRIM DAN MENERIMA BARANG

KONDISI SARANA PENGIRIMAN BARANG	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Diantar dan dijemput Sendiri	15	41,7	41,7
Menyewa kendaraan	10	27,8	69,4
Menggunakan Kendaraan Umum	11	30,6	100,0
Jumlah	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari tabel distribusi frekuensi di atas, menurut pedagang ketersediaan sarana pengiriman barang di Pusat Perbelanjaan Bintan Center masih belum ada dan sampai saat ini pedagang masih menggunakan kendaraan sendiri untuk antar jemput barang dagangan sebesar 15 responden (41,7%) dan sebagian pedagang menggunakan kendaraan umum sebanyak 11 responden (30,6) juga ada yang menyewa kendaraan sebanyak 10 responden (27,8%). Sampai saat ini para pedagang di Pusat Perbelanjaan Bintan Center masih merasa belum membutuhkan sarana pengiriman barang, hal ini dikarenakan masih sedikitnya barang dagangan yang mereka jual dan distribusi barang juga masih rendah.

3. Sarana WC Umum

Untuk saat ini Pusat Perbelanjaan Bintan Center masih belum berfungsi secara optimal, begitu juga dengan sarana WC yang digunakan masih 1 unit WC yang dipakai yang terdiri dari 4 kamar untuk wanita dan 4 kamar untuk pria, sedangkan 1 unit lagi tidak digunakan, mengingat masih rendahnya tingkat kunjungan di Pusat Perbelanjaan Bintan Center.

a. Responden Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh sebagian besar pengunjung telah mengetahui ketersediaan WC di Pusat Perbelanjaan Bintan Center dengan jumlahnya dapat dilihat pada tabel III.17 dan sarana ini sangat diperlukan di Pusat Perbelanjaan Bintan Center sesuai dengan tabel III.18 sebanyak 88,6% (39 responden) memilih sangat diperlukan dan 11,4% (5 responden) memilih diperlukan.

TABEL III.18
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT JUMLAH WC

JUMLAH WC YANG SUDAH TERSEDIA	PROGRES	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
4 buah	20	45,5	45,5
> 5 buah	24	54,5	100,0
Jumlah	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL III.19
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT TINGKAT KEBUTUHAN WC

TINGKAT KEBUTUHAN	PROGRES	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Sangat diperlukan	39	88,6	88,6
Diperlukan	5	11,4	100,0
Terserah saja	-	-	
Jumlah	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

b. Responden Pedagang

Menurut pedagang, saat ini ketersediaan WC yang telah disediakan oleh pihak pengembang sudah memadai dan mencukupi. Tabel III.19 dan III.20 menunjukkan bahwa ketersediaan WC di pusat perbelanjaan Bintan Center sudah ada dan mempunyai jumlah 4 buah. Keberadaan WC tersebut sangat diperlukan dalam pengembangan pusat perbelanjaan Bintan Center. Karena ketersediaan WC merupakan salah satu penunjang faktor kenyamanan dalam pengembangan suatu pusat perbelanjaan.

TABEL III.20
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT JUMLAH WC

JUMLAH WC YANG SUDAH TERSEDIA	FRKUENSIS	PROSENTASE	FREKUENSI KOMULATIF
3 buah	2	5,6	5,6
4 buah	29	80,6	86,1
> 5 buah	5	54,5	100,0
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL III.21
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT TINGKAT KEBUTUHAN WC

TINGKAT KEBUTUHAN	FRKUENSIS	PROSENTASE	FREKUENSI KOMULATIF
Sangat diperlukan	21	58,3	58,3
Diperlukan	15	41,7	100,0
Terserah saja	-	-	
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4. Jaringan Telepon

Di kawasan pusat perbelanjaan Bintan Center secara umum telah terfasilitasi oleh sarana telekomunikasi baik dari telkom maupun dari provider telepon bergerak. Pada pusat perbelanjaan ini telah terdapat 3 (tiga) buah wartel untuk memenuhi kebutuhan akan fasilitas telekomunikasi umum. Dengan adanya jaringan telekomunikasi yang baik maka pedagang yang melakukan aktivitasnya di pusat perbelanjaan Bintan Center akan dipermudah dalam melakukan hubungan jarak. Jaringan listrik merupakan prasarana dasar yang harus dipenuhi untuk melakukan segala aktivitas. Dalam melakukan pengembangan pusat perbelanjaan juga harus memperhatikan ketersediaan jaringan listrik tersebut. Untuk mengetahui ketersediaan prasarana jaringan listrik di pusat perbelanjaan Bintan

Center telah dilakukan survei jauh baik dengan penyedia barang maupun dengan pihak konsumen.

5. Jaringan Listrik

terhadap konsumen maupun pedagang yang merupakan pelaku utama dalam melakukan aktivitas perdagangan di pusat perbelanjaan Bintan Center. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari paparan di bawah ini.

a. Responden Konsumen

Ketersediaan sarana listrik dari hasil penelitian 100% sudah tersedia dan dapat dikatakan kuantitasnya juga sudah mencukupi hal ini terbukti dari seluh mencukupi kebutuhan mereka. Hal ini dapat dilihat pada Tabel III.22.

TABEL III.22
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KUANTITAS SARANA LISTRIK

Kondisi Sarana Listrik	Jumlah Responden	Persentase	Persentase Kumulatif
Sangat Mencukupi	14	31,8	31,8
Mencukupi	30	45,5	100,0
Kurang Mencukupi	-	-	-
Sangat Kurang Mencukupi	-	-	-
Tidak Sama Sekali	-	-	-

Sumber: Hasil Analisis, 2005

b. Responden Pedagang

Menurut pedagang ketersediaan sarana listrik di pusat perbelanjaan Bintan Center dari 36 responden berpendapat bahwa di lokasi tersebut sudah cukup tersedia untuk melakukan aktivitas perdagangan. Tetapi untuk kuantitas ada perbedaan antara sangat mencukupi dengan mencukupi saja. Hal ini disebabkan

karena perbedaan skala penjualan dari masing-masing pedagang yang melakukan aktivitas di pusat perbelanjaan Bintan Center. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di tabel distribusi frekuensi di bawah ini.

TABEL III.23
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KUANTITAS SARANA LISTRIK

Kondisi Kuantitas Sarana Listrik	Jumlah	Persentase	Frekuensi Relatif
Sangat Mencukupi	12	33,3	6,8
Mencukupi	24	45,5	100,0
Kurang Mencukupi	-	-	-
Sangat Kurang Mencukupi	-	-	-
Tidak Sama Sekali	-	-	-

Sumber: Hasil Analisis, 2005

6. Jaringan Air Bersih

Air bersih termasuk salah satu prasarana dasar yang harus dipenuhi dalam melakukan berbagai aktivitas. Ketersediaan air bersih adalah daya tarik bagi investor dalam membuka usahanya di pusat perbelanjaan. Di pusat perbelanjaan Bintan Center dalam pengkajiannya tentang air bersih telah dilakukan terhadap konsumen dan pedagang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di paparan di bawah ini.

a. Responden Konsumen

Ketersediaan sarana air bersih dari hasil penelitian 100% sudah tersedia (Tabel III.23) dan dapat dikatakan kuantitasnya juga sudah mencukupi bagi konsumen terhadap kebutuhan air bersih di pusat perbelanjaan Bintan Center. Hal ini terbukti dari sebagian besar responden dengan prosentase 88,6% (39

responden) memilih mencukupi, hanya 11,4% (5 responden) yang memilih kurang mencukupi.

TABEL III.24
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KUANTITAS SARANA AIR BERSIH

KONDISI KANTINAS SARANA AIR BERSIH	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Sangat Mencukupi	-	-	-
Mencukupi	39	88,6	88,6
Kurang Mencukupi	5	11,4	100,0
Sangat Kurang Mencukupi	-	-	-
Tidak Sama Sekali	-	-	-
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

b. Responden Pedagang

Menurut sudut pandang pedagang kebutuhan air bersih di pusat perbelanjaan Bintang Center dirasakan telah mencukupi. Hal ini terbukti dari sebagian besar responden 75% (27 responden) menjawab mencukupi, dan bahkan 25% (9 responden) yang menyatakan sangat mencukupi (Tabel III.25).

TABEL III.25
KONDISI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KUANTITAS SARANA AIR BERSIH

KONDISI KANTINAS SARANA AIR BERSIH	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Sangat Mencukupi	9	25,0	25,0
Mencukupi	27	75,0	100,0
Kurang Mencukupi	-	-	-
Sangat Kurang Mencukupi	-	-	-
Tidak Sama Sekali	-	-	-
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari uraian di atas bisa dikatakan bahwa mengenai ketersediaan air bersih di pusat perbelanjaan Bintang Center sudah mencukupi kebutuhan baik konsumen maupun pedagang.

BAB IV

ANALISIS DALAM MENGEMBANGKAN PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER KOTA TANJUNGPINANG

4.1 Preferensi Pedagang dan Konsumen Terhadap Aktivitas Perdagangan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang.

Wawancara yang dilakukan berkenaan dengan aktifitas perdagangan, juga hanya dilakukan pada responden pedagang. Karena penulis ingin mengetahui bagaimana kegiatan mereka sebelum dan sesudah berjualan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center. Pertanyaan yang diajukan kepada responden sehubungan dengan beberapa hal:

4.1.1 Usaha Sebelum Pusat Perbelanjaan Bintang Center Ada

Hasil survei menemukan sebagian besar pedagang di Pusat Perbelanjaan Bintang Center (58,3% atau 21 responden) telah memiliki usaha sebelum di Pusat Perbelanjaan Bintang Center ini, dengan lokasi yang berbeda-beda diantaranya di rumah sebanyak 11,1% (4 responden), di Jl. Merdeka sebanyak 22,2% (8 responden), dan diluar daerah Tanjungpinang sebesar 25% (9 responden). Sedangkan pedagang yang sebelumnya belum memiliki usaha sebanyak 15 responden dengan prosentase 41,7%. Dari hasil survei tersebut di atas, pedagang yang melakukan aktivitas di pusat perbelanjaan Bintang Center merupakan

pedagang yang tersebar hampir di seluruh Kota Tanjungpinang. Dengan adanya pusat perbelanjaan Bintang Center, maka terbentuk suatu wadah bagi pedagang-pedagang di Kota Tanjungpinang untuk berkelompok sehingga memudahkan bagi konsumen di Kota Tanjungpinang dalam melakukan aktivitas berbelanja.

TABEL IV.1
AKTIVITAS PERDAGANGAN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT USAHA SEBELUM DI BINTAN CENTER

AKTIVITAS PERDAGANGAN	Frekuensi	Prosentasi	Prosentasi Kumulatif
Ya	21	58,3	58,3
Tidak	15	41,7	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL IV.2
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT LOKASI USAHA SEBELUM DI BINTAN CENTER

AKTIVITAS PERDAGANGAN	Frekuensi	Prosentasi	Prosentasi Kumulatif
Dirumah	4	11,1	11,1
Jl. Merdeka	8	22,2	33,3
Luar Tanjungpinang	9	25,0	58,3
Belum pernah usaha	15	41,7	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.1.1.1 Modal Usaha

Pedagang yang melakukan aktivitas perdagangan di pusat perbelanjaan Bintang Center, sebagian besar memulai usaha dengan modal sendiri yaitu sebanyak 21 responden (58,3%).

TABEL IV.3
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT MODAL USAHA

AKTIVITAS PERDAGANGAN MODAL USAHA	FREKUENSI	PROSENDAK	FREKUENSI KOMBLA PR
Modal sendiri	21	58,3	58,3
Orangtua/keluarga	11	30,6	88,9
Teman-teman	1	2,8	91,7
Pinjam dibank	3	8,3	100,0
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari hasil distribusi frekuensi di atas, dapat dilihat bahwa di pusat perbelanjaan Bintan Center, para pedagang sudah mempunyai kesadaran untuk membuka usaha dengan menggunakan modal sendiri. Dengan memiliki modal usaha sendiri, pedagang mempunyai kebebasan melakukan pengembangan usahanya melalui karya-karya mereka sendiri tanpa tergantung dengan orang lain dan tidak ada keterikatan terhadap siapapun. Dengan semakin banyaknya pedagang dengan modal usaha sendiri yang membuka usahanya di pusat perbelanjaan Bintan Center, masukan dari pedagang dengan modal sendiri tersebut dapat mempercepat berkembangnya pusat perbelanjaan Bintan Center.

4.1.1.2 Jam Buka Usaha

Selama berada di Pusat Perbelanjaan Bintan Center pedagang membuka usahanya rata-rata pada pagi hari sekitar jam 08.00 WIB dan menutup usahanya pada jam 17.00 WIB. Idealnya usaha yang dilakukan sekitar 7 sampai dengan 8 jam perhari.

Tetapi dari hasil survei jam berkunjung konsumen yang tinggi adalah jam 06.00 WIB sampai dengan jam 12.00 WIB. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini .

TABEL IV.4
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT JAM BANYAK PENGUNJUNG

Jam Berkunjung	Jumlah Pengunjung	Persentase (%)	Persentase Kumulatif (%)
< jam 12	30	83,3	83,3
sampai jam 14.00 Wib	3	8,3	91,7
sampai jam 17.00 Wib	3	8,3	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari hasil distribusi frekuensi di atas dapat dilihat bahwa aktivitas di pusat perbelanjaan Bintang Center belum maksimal. Dari waktu berdagang yang paling dominan adalah selama 6 jam. Hal ini kemungkinan terkait dengan belum banyaknya pedagang yang membuka usahanya di pusat perbelanjaan Bintang Center, karena dengan belum maksimalnyanya pedagang yang membuka usahanya di pusat perbelanjaan Bintang Center, maka pengunjungpun belum maksimal sehingga aktivitas yang terjadi tidak bisa maksimal.

Rata-rata pedagang di Pusat Perbelanjaan Bintang Center telah menjalankan usahanya 1 sampai 1,5 tahun dengan lokasi yang berbeda seperti yang telah disebutkan diatas sebanyak 27 responden (75%), dan 1,6–3 tahun sebanyak 8 responden (22,2%), > 3 tahun sebanyak 1 responden (2,8%).

TABEL IV.5
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT LAMA BERDAGANG

AKTIVITAS MENURUT LAMA BERDAGANG	Frekuensi	Prosentase	Frekuensi Kumulatif
<1,5 thn	27	75,0	75,0
1,6 – 3 thn	8	22,2	97,2
> dr 3 thn	1	2,8	100,0
Jumlah	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.1.1.3 Jenis Barang-Barang yang Dijual

Jenis barang yang dijual dan banyak diminati pengunjung di Pusat Perbelanjaan Bintang Center saat ini mayoritas mencakup makanan dan barang kebutuhan sehari-hari dengan prosentase 27,8% dan 19,4%, selain itu juga terdapat pedagang pakaian, alat-alat tulis, elektronik, obat-obatan, perhiasan, sepatu, dan lain-lain.

TABEL IV.6
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT
JENIS BARANG YANG DIJUAL

Jenis Barang	Frekuensi	Prosentase	Frekuensi Kumulatif
Alat Tulis	4	11,1	11,1
Elektronik	2	5,6	16,7
Obat-obatan	3	8,3	25,0
Pakaian	3	8,3	28,3
Kebutuhan Sehari-hari	7	19,4	52,7
Emas	2	5,6	58,3
Makanan	10	27,8	83,3
Sepeda Motor	1	2,8	88,9
Sepatu	1	2,8	91,7
Rental Komputer	1	2,8	94,5
Cd dan Kaset	1	2,8	97,3
Air Isi Ulang	1	2,8	100,0
Jumlah	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Lama usaha pedagang di Pusat Perbelanjaan Bintang Center mayoritas kurang dari 1 tahun dengan prosentase 52,8% (19 responden).

TABEL IV.7
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT
LAMA USAHA DI BINTAN CENTER

Waktu Usaha	Jumlah Responden	Prosentase	Persentase Kumulatif
< 1 thn	19	52,8	52,8
1 – 1,5 thn	14	38,9	91,7
1,6 -2 thn	3	8,3	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.1.1.4 Kondisi Omzet Sebelum dan Sesudah Berjualan di Pusat Perbelanjaan Bintang Center

Omset rata-rata yang diperoleh pedagang selama di Pusat Perbelanjaan Bintang Center dibanding dengan tempat usaha yang lama menurut hasil survei diperkirakan yang mengalami penurunan sebanyak 13 responden (36,1%), yang mengalami kenaikan sebanyak 2 responden (5,6%) dan tetap sebanyak 6 responden (16,7%).

TABEL IV.8
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT
OMSET RATA-RATA SELAMA DI BINTAN CENTER

Kondisi Omzet	Jumlah Responden	Prosentase	Persentase Kumulatif
Naik	2	5,6	5,6
Tetap	6	16,7	22,3
Turun	13	36,1	58,4
Blm pernah usaha	15	41,7	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari data tersebut di atas dapat dilihat bahwa lebih banyak pedagang yang mengalami penurunan omset setelah mereka membuka usahanya di pusat perbelanjaan Bintan Center. Hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi pengembang di pihak pemerintah yang akan mengembangkan pusat perbelanjaan Bintan Center. Karena dengan semakin banyaknya pedagang yang mengalami penurunan omset, semakin lama pusat perbelanjaan tersebut akan ditinggal oleh para pedagang. Dengan mengidentifikasi penyebab penurunan omset tersebut maka pemerintah dan pihak pengembang akan bisa mengembangkan pusat perbelanjaan Bintan Center sehingga para pedagang tetap merasa aman dan nyaman dalam membuka usahanya dan melakukan aktivitas perdagangan di pusat perbelanjaan Bintan Center.

4.1.1.5 Kepemilikan Tempat Berjualan

Sebagian besar pedagang di Pusat Perbelanjaan Bintan Center sudah memiliki ruko sendiri tanpa harus menyewa ruko milik orang lain, hal ini terlihat dari hasil survei kepemilikan ruko dengan status pribadi sebanyak 21 responden (58,3%) dan yang menyewa sebanyak 15 responden (41,7%).

TABEL IV.9
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT KEPEMILIKAN RUKO

Sewa	15	41,7	41,7
Pribadi	21	58,3	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Sewa yang dikenakan terhadap pedagang rata-rata berkisar antara 9 juta sampai 12 juta/tahun tergantung dari luasnya tempat usaha yang digunakan. Jumlah pedagang yang memiliki ruko lebih banyak daripada yang menyewa, maka pedagang yang memiliki ruko bisa melakukan pengembangan ruko yang dimilikinya sesuai dengan jenis usaha yang dimiliki. Dengan begitu pengembangan dari masing-masing ruko akan memberi dampak terhadap pengembangan pusat perbelanjaan Bintan Center. Sedangkan untuk pungutan-pungutan rutin di pusat perbelanjaan Bintan Center masih cukup wajar dan masih sesuai dengan pungutan-pungutan rutin yang ada selain di pusat perbelanjaan Bintan Center.

Pungutan-pungutan lain yang selama ini meliputi pungutan atau iuran listrik untuk para pedagang di Pasar Tradisional Bestari dan iuran keamanan atau kebersihan. Terutama untuk pedagang yang mengisi kios-kios di pasar bestari.

TABEL IV.10
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT
PUNGUTAN YANG PERNAH ADA

PUNGUTAN SELAIN DARI SEWA RUKO	RESPONSE	PROSYPANI	PERSENTASI KUMULATIF
Ada	19	52,8	52,8
Tidak	17	47,2	100,0
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.1.1.6 Jumlah Langganan

Perbandingan jumlah pelanggan sebelum dan sesudah adanya Pusat Perbelanjaan Bintan Center tidak terlihat adanya peningkatan, hanya sebagian kecil yaitu 3 responden (8,3%) yang mengalami peningkatan pelanggan, sedangkan 33 responden (91,7%) tidak mengalami peningkatan justru penurunan pelanggan. Hal ini disebabkan rendahnya tingkat kunjungan ini dikarenakan masih kurang lengkapnya barang yang dijual dan masih banyak toko yang belum dibuka.

TABEL IV.11
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT PENINGKATAN PELANGGAN

PELAKSANAAN	Jumlah	Persentase	Persentase
Ya	3	8,3	8,3
Tidak	33	91,7	100,0
Jumlah	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Sebagian besar pedagang di Pusat Perbelanjaan Bintan Center tidak mengeluhkan adanya persaingan selama membuka usaha di Bintan Center ini, terlihat dari hasil survei sebanyak 25 responden (69,4%) yang menjawab "tidak" dan 11 responden (30,6%) yang merasa ada persaingan. Hal ini dikarenakan banyaknya toko yang menjual barang yang sama dan lokasinya berdekatan. Untuk mengatasinya sebagian pedagang memiliki strategi masing-masing diantaranya dengan memberikan pelayanan yang baik, menambah barang yang dijual agar lebih lengkap, menyebarkan brosur-brosur, dan memberikan harga spesial. Sejauh ini strategi yang dilakukan dapat menarik pengunjung untuk berbelanja.

TABEL IV.12
AKTIVITAS PERDAGANGAN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT PERSAINGAN DALAM USAHA

PERSAINGAN DALAM USAHA	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Ya	11	30,6	30,6
Tidak	25	69,4	100,0
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.1.1.7 Jenis Pengunjung yang Datang

Jenis pengunjung yang datang ke Pusat Perbelanjaan Bintan Center, mayoritas berasal dari masyarakat golongan menengah ke bawah. Dari hasil survey didapatkan 30 responden (83,3 %) berasal dari masyarakat golongan menengah dan 6 responden (16,7 %) berasal dari golongan bawah.

TABEL IV.13
AKTIVITAS PERDAGANGAN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT GOLONGAN PENGUNJUNG YANG DATANG
SEBELUM USAHA DI BINTAN CENTER

GOLONGAN PENGUNJUNG YANG DATANG SEBELUM DI BINTAN CENTER	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Golongan Menengah	15	83,3	83,3
Golongan Bawah	6	16,7	58,3
Belum Pernah Usaha	15	41,7	100,0
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari data tersebut di atas terlihat bahwa pusat perbelanjaan Bintan Center dikunjungi semua lapisan masyarakat. Baik golongan menengah maupun golongan bawah. Hal ini disebabkan karena beragamnya komoditas yang diperdagangkan di pusat perbelanjaan Bintan Center. Dengan semakin

berkembangnya pusat perbelanjaan Bintan Center diharapkan semakin beragam pula pengunjung yang datang di pusat perbelanjaan Bintan Center.

TABEL IV.14
AKTIVITAS PERDAGANGAN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT GOLONGAN PENGUNJUNG YANG DATANG

GOLONGAN PENGUNJUNG YANG DATANG SEBELUM DI BINTAN CENTER	FRKUMEN	PROSENASE	PERKURUSE KONSUMEN
Golongan Menengah	30	83,3	83,3
Golongan Bawah	6	16,7	100,0
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.1.1.8 Pola Pelayanan

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, 15 orang (41,7 %) pedagang mengatakan bahwa konsumen mengambil barang kebutuhannya sendiri. Dan 15 orang (41,7 %) pedagang mengatakan bahwa mereka yang menawarkan secara langsung barang dagangannya. Sedangkan yang selebihnya 6 orang (16,7 %) pedagang mendampingi konsumen dalam memilih kebutuhannya.

4.2 Pemanfaatan Pusat Perbelanjaan Bintan Center Oleh Masyarakat Sekitar.

Pengumpulan data primer dalam penelitian dengan judul “Preferensi Masyarakat dan Pedagang Dalam Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintan Center” ini terdiri dari 3 responden yaitu pedagang, pembeli atau masyarakat, dan pengembang (PT. Bintan Bestari) dengan rincian jumlah responden sebanyak 80

responden yang terdiri dari 44 responden konsumen, 36 responden pedagang. Pengumpulan data responden ini adalah untuk mengungkapkan ciri-ciri responden yang diwawancarai, seperti jenis kelamin, dan alamat responden yang mengunjungi Pusat Perbelanjaan Bintan Center.

4.2.1 Jenis Kelamin

a. Reponden Konsumen

Sebagian besar pengunjung yang berbelanja di Pusat Perbelanjaan Bintan center adalah perempuan sebanyak 61,4% (27 responden) sedangkan pengunjung laki-laki sebanyak 38,6% (17 responden), dapat dilihat pada Tabel IV.15 ini terkait dengan komoditas yang dijual di pusat perbelanjaan Bintan Center. Saat ini komoditas yang diperdagangkan di pusat perbelanjaan Bintan Center masih didominasi oleh keperluan sehari-hari. Jadi yang lebih banyak berbelanja untuk kebutuhan sehari-hari masih didominasi oleh ibu-ibu rumah tangga. Oleh sebab itu konsumen masih didominasi oleh pihak perempuan.

TABEL IV.15
IDENTITAS RESPONDEN MENURUT JENIS KELAMIN

JENIS KELAMIN	PROKUSPSI	PROSENASE	FREKUENSI KOMULATIF
Laki-laki	17	38,6	38,6
Perempuan	27	61,4	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

b. Responden Pedagang

Mayoritas pedagang yang ada di Pusat Perbelanjaan Bintang center adalah Laki-laki dengan prosentase 77,8% (28 Responden) sedangkan pedagang perempuan hanya 8 Responden dengan prosentase 22,2%.

TABEL IV.16
IDENTITAS RESPONDEN
MENURUT JENIS KELAMIN

JENIS KELAMIN	PROSESSEN	PROSENTASE	PERSENTASE KUMULATIF
Laki-laki	28	77,8	77,8
Perempuan	8	22,2	100,0
TOTAL	36	100	100,0

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari data di atas dapat dilihat bahwa perdagangan merupakan salah satu aktivitas yang dijadikan sebagai salah satu mata pencaharian utama bagi penduduk Kota Tanjungpinang dan bukan sebagai sampingan. Ini terbukti dengan banyaknya pedagang yang berjenis kelamin laki-laki yang dalam hal ini sebagai kepala keluarga. Oleh sebab itu dengan berkembangnya pusat perbelanjaan Bintang Center diharapkan semakin meningkatkan kesejahteraan bagi pedagang yang melakukan aktivitasnya di pusat perbelanjaan Bintang Center.

4.2.2 Tempat Tinggal

a. Responden Konsumen

Sebagian besar konsumen yang ada di Pusat Perbelanjaan Bintang Center bertempat tinggal di perumahan-perumahan sekitar Pusat Perbelanjaan Bintang Center, diantaranya Perumahan Kijang Kencana I-IV, Perumahan Lembah Asri

Perumahan Taman Seraya, dan perumahan-perumahan lainnya, bahkan sebagian konsumen bertempat tinggal di ruko Bintang Center sebanyak 10 responden (27,8%).

TABEL IV.17
IDENTITAS RESPONDEN MENURUT TEMPAT TINGGAL

LOKASI TEMPAT TINGGAL	RESPONDEN	PROSENTASE	PERSENTASE KUMULATIF
Perum. Kijang Kencana I-IV	8	18,2	18,2
Perum. Lembah Asri	5	11,4	29,6
Perum. Bumi Indah	3	6,8	36,4
Perum. Taman Seraya	6	13,6	50,0
Perum. Hangtuah	1	18,2	68,2
Perum. Harapan Indah	4	9,1	77,3
Perum. Pinang Hijau	1	2,3	79,6
Bintang Center	1	2,3	81,9
Jl. DI. Panjaitan	2	4,5	86,4
Jl. Sidorejo	2	4,5	90,9
Jl. Soekarno Hatta	2	4,5	95,4
Jl. Ir. Sutami	1	2,3	97,7
Jl. Katamso	1	2,3	
Jl. Pattimura	1	2,3	
Jl. Taman Bahagia	1	2,3	
Batu VI	1	2,3	
Batu VII	1	2,3	
Batu IX	2	4,5	100,0
Jumlah	43	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

b. Responden Pedagang

Dari hasil survei dan wawancara ditemukan sebagian besar pedagang yang ada di Pusat Perbelanjaan Bintang Center bertempat tinggal di perumahan-perumahan sekitar Pusat Perbelanjaan Bintang Center, diantaranya Perumahan Kijang Kencana I-IV, perumahan Lembah Asri Perumahan Taman Seraya, dan perumahan-perumahan lainnya, bahkan sebagian pedagang juga ada yang bertempat tinggal di ruko tersebut sebanyak 10 responden (27,8%).

TABEL IV.18
IDENTITAS RESPONDEN
MENURUT LOKASI TEMPAT TINGGAL

LOKASI TEMPAT TINGGAL	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Perum. Kijang Kencana I-IV	3	8,3	8,3
Perum. Lembah Asri	2	5,6	13,9
Perum. Taman Seraya	1	2,8	16,7
Bintan Center	10	27,8	44,5
Jl. DI. Panjaitan	2	5,6	50,1
Jl. Soekarno Hatta	3	8,3	58,4
Jl. Riau	1	2,8	61,2
Jl. RSU Tpi	1	2,8	64,0
Jl. Pramuka	1	2,8	66,8
Jl. A. Yani	1	2,8	69,6
Jl. Ir. Sutami	1	2,8	72,4
Jl. Gambir	3	8,3	80,7
Batu VII	1	2,8	83,5
Batu VIII	1	2,8	86,3
Batu IX	4	11,1	97,4
Batu X	1	2,8	100,0
TOTAL	50	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.2.3 Tujuan Mengunjungi Pusat Perbelanjaan Bintan Center

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung yang datang ke Pusat Perbelanjaan Bintan Center bertujuan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Terbukti dari hasil penelitian pada Tabel IV.19 berikut ini

TABEL IV.19
PERILAKU KONSUMEN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT TUJUAN KEDATANGAN

TUJUAN KEDATANGAN	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Berbelanja	44	100,0	100,0
Rekreasi	-	-	-
Sekedar Mampir	-	-	-
Melihat Pameran	-	-	-
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Sebelum adanya Pusat Perbelanjaan Bintang Center para pengunjung lebih banyak berbelanja kebutuhan sehari-hari di warung-warung sekitar rumah dengan prosentase 54,5% (24 responden) disedangkan 14 responden (31,8%) yang berbelanja di Jl. Merdeka dan 6 responden (13,6%) yang berbelanja di batu X.

TABEL IV.20
PERILAKU KONSUMEN DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN
CENTER MENURUT TEMPAT BELANJA
SEBELUM DI BINTAN CENTER

TEMPAT BERBELANJA SEBELUM DI BINTAN CENTER	RESPONDEN	PROSENTASE	PROSENTASE KUMULATIF
Jl. Merdeka	14	31,8	31,8
Dikedai Sekitar Rumah	24	54,5	86,4
Dibatu X	6	13,6	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.2.4 Frekuensi Berbelanja

Dari hasil penelitian ini tidak terlihat adanya perubahan frekuensi berbelanja baik penurunan maupun peningkatan berbelanja karena sebelum dan sesudah adanya Pusat Perbelanjaan Bintang Center para pengunjung juga berbelanja setiap hari sesuai dengan Tabel III.47 dan Tabel III.48. Hanya setelah adanya Pusat Perbelanjaan Bintang Center pengunjung yang tadinya berbelanja di warung-warung sekitar rumah lebih memilih berbelanja di Pusat Perbelanjaan Bintang Center karena banyak kesempatan untuk memilih dan mencari kebutuhan lain yang lebih beraneka dari tempat sebelumnya. Selain itu para pengunjung tidak mengeluarkan banyak biaya untuk mencapai tujuan karena para pengunjung di Pusat Perbelanjaan Bintang Center ini sebagian besar adalah masyarakat yang bertempat tinggal di perumahan-perumahan sekitar Bintang Center.

TABEL IV.21
PERILAKU KONSUMEN MENURUT FREKUENSI BELANJA
SEBELUM ADABINTAN CENTER

FREKUENSI BERBELANJA SEBELUM ADABINTAN CENTER	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Setiap hari	30	68,2	68,2
Seminggu 1 X	14	31,8	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL IV.22
PERILAKU KONSUMEN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT FREKUENSI BELANJA SETELAH ADA BINTAN CENTER

FREKUENSI BERBELANJA SETELAH ADA BINTAN CENTER	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Setiap hari	38	86,4	86,4
Seminggu 1 X	6	13,6	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL IV.23
PERILAKU KONSUMEN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT PENURUNAN ATAU PENINGKATAN BERBELANJA

FREKUENSI BERBELANJA	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Naik	-	-	-
Tetap/sama saja	41	93,2	93,2
Turun	3	6,8	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL IV.24
PERILAKU KONSUMEN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT PENURUNAN ATAU PENINGKATAN BERBELANJA

FREKUENSI BERBELANJA	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Naik	-	-	-
Tetap/sama saja	41	93,2	93,2
Turun	3	6,8	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.2.5 Alasan Berkunjung

Ketertarikan pengunjung untuk berbelanja di Pusat Perbelanjaan Bintang Center menurut hasil penelitian adalah karena kenyamanan berbelanja dan kedekatan dengan tempat tinggal mereka, dengan prosentase 47,7% (21 responden) karena kenyamanan dan 34,1% (15 responden) karena lokasi lebih dekat dengan tempat tinggal mereka.

TABEL IV.25
PERILAKU KONSUMEN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT ALASAN BERKUNJUNG

ALASAN BERKUNJUNG	RESPONDEN	PROSENTASE	PERKURANSI KOMUNITAS
Kenyamanan	21	47,7	47,7
Harga Terjangkau	5	11,4	59,1
Daya Tarik Toko	3	6,8	65,9
Dekat Dengan Rumah	15	34,1	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.2.6 Pencapaian Lokasi

Dari 44 pengunjung yang menjadi responden Konsumen, sebagian besarnya tidak mengalami kesulitan dalam mencapai lokasi hanya 5 responden dengan prosentase 11,4% yang mengalami kesulitan hal ini dikarenakan tempat tinggalnya yang jauh dari lokasi sehingga harus menggunakan transportasi atau kendaraan untuk mencapai lokasi tersebut. Sedangkan sarana transportasi yang ada belum optimal beroperasi di terminal yang telah tersedia di Pusat Perbelanjaan Bintang Center ini. Hal ini dikarenakan rendahnya pengunjung yang menggunakan jasa transportasi karena sebagian besar pengunjung adalah masyarakat sekitar Bintang Center.

TABEL IV.26
KONDISI SPASIAL
PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT PENCAPAIAN LOKASI

PENCAPAIAN LOKASI	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Mudah dicapai	12	27,3	27,3
Sulit untu dicapai	5	11,4	38,6
Biasa saja	27	61,4	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Tetapi bila ditinjau dari segi pedagang, ditemukan beberapa keluhan antara lain adalah kesulitan dalam menarik pelanggan terlihat dari hasil penelitian sebanyak 12 responden dengan prosentase 33,3% dan yang mengalami kesulitan untuk transportasi sebanyak 6 responden dengan prosentase 16,7% dan kesulitan keamanan hanya 3 responden dengan prosentase 8,3%.

TABEL IV.27
AKTIVITAS PERDAGANGAN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT ALASAN KESULITAN DALAM MENEMPUH TUJUAN

KESULITAN DALAM MENEMPUH TUJUAN	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Transportasi	6	16,7	16,7
Keamanan	3	8,3	25,0
Pelanggan	12	33,3	58,3
Tidak Ada Kesulitan	15	41,7	100,0
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.2.7 Penataan Tempat Usaha

Bila dilihat dari hasil wawancara dengan konsumen, dengan adanya Pusat Perbelanjaan Bintan Center ini maka tempat berbelanja menjadi sangat luas dan lebih terlihat rapi.

TABEL IV.28
KONDISI SPASIAL
PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT LUAS TEMPAT BELANJA

LUAS TEMPAT BERBELANJA	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Ya	39	88,6	88,6
Tidak	5	11,4	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Sebagian besar pengunjung tidak merasa ada keluhan berbelanja di Pusat Perbelanjaan Bintan Center terlihat dari hasil penelitian sebanyak 65,9% (29 responden) menjawab tidak ada kesulitan selama berbelanja dan karena selain lokasi dekat dengan rumah juga kenyamanan berbelanja sedangkan 34,1% (15 responden) mengeluh masalah transportasi dan kelengkapan barang yang dijual di Pusat Perbelanjaan Bintan Center ini.

TABEL IV.29
KONDISI SPASIAL
PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KELUHAN BERBELANJA DI BINTAN CENTER

KELUHAN BERBELANJA	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Ya	15	34,1	34,1
Tidak	29	65,9	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL IV.30
KONDISI SPASIAL
PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT PENATAAN TEMPAT BERJUALAN

PENATAAN TEMPAT BERJUALAN	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Tidak teratur	4	11,4	38,6
Tertata dengan rapi	23	52,3	61,4
Lumayan	17	38,6	100,0
TOTAL	44	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Sedangkan kalau ditinjau dari segi pedagang, sebagian besar pedagang berpendapat bahwa setelah pindah di Pusat Perbelanjaan Bintan Center kegiatan perdagangan semakin rapi sebanyak 34 responden dengan prosentase 94,4%, dan luas tempat usahanya menjadi lebih luas sebanyak 23 responden dengan prosentase 63,9% dan 36,1 % (13 responden) yang menjawab tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.31 dan Tabel IV.32.

TABEL IV.31
AKTIVITAS PERDAGANGAN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KERAPIAN TEMPAT USAHA

KERAPIAN TEMPAT USAHA	FREKUENSI	PROSENTASE	PERSENTASE KUMULATIF
Ya	34	94,4	94,4
Tidak	2	5,6	100,0
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL IV.32
AKTIVITAS PERDAGANGAN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT LUAS TEMPAT USAHA

LUAS TEMPAT USAHA	FREKUENSI	PROSENTASE	PERSENTASE KUMULATIF
Ya	23	63,9	63,9
Tidak	13	36,1	100,0
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari hasil penelitian, diperoleh sebagian besar pedagang berasumsi bahwa lokasi Pusat Perbelanjaan Bintan Center dapat menimbulkan kenyamanan dan ketenangan bagi pengunjung maupun pedagang, hal ini terlihat dari hasil penelitian pada Tabel IV.33 dan Tabel IV.44 dimana 100% pedagang merasa nyaman dan tenang berbelanja di Pusat Perbelanjaan Bintan Center.

TABEL IV.33
AKTIVITAS PERDAGANGAN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KENYAMANAN PENGUNJUNG

KENYAMANAN PENGUNJUNG	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Ya	36	100,0	100,0
Tidak	-	-	-
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL IV.34
AKTIVITAS PERDAGANGAN
DI PUSAT PERBELANJAAN BINTAN CENTER
MENURUT KENYAMANAN PEDAGANG

KENYAMANAN PEDAGANG	FREKUENSI	PROSENTASE	FREKUENSI KUMULATIF
Ya	36	100,0	100,0
Tidak	-	-	-
TOTAL	36	100	

Sumber: Hasil Analisis, 2005

4.3 Analisis Kesesuaian Ruang

Secara penataan ruang keberadaan pusat perbelanjaan Bintang Center sesuai dengan RDTRK Kota Tanjungpinang 2004-2014. Dalam rencana penggunaan lahan di sekitar kawasan Bintang Center memang diperuntukkan untuk kawasan perdagangan dan jasa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta overlay antara lokasi pusat perbelanjaan Bintang Center dengan peta rencana penggunaan lahan Kota Tanjungpinang. Dalam RDTRK tersebut, kawasan Bintang Center memang dirancang sebagai pusat pertumbuhan baru wilayah timur Kota Tanjungpinang. Dalam perencanaan tersebut di sekitar kawasan Bintang Center diperuntukkan sebagai kawasan pendukung dalam aktivitas perdagangan dan jasa. Kawasan Bintang Center juga berfungsi juga sebagai pintu gerbang bagian timur Kota Tanjungpinang yang berbatasan dengan Kabupaten Kepulauan Riau.

Sehingga apabila masuk dari Kabupaten Kepulauan Riau akan tampak wajah dari Kota Tanjungpinang yang mempunyai fungsi sebagai pusat perdagangan dan jasa. Sebagai pusat perbelanjaan, Bintan Center telah memenuhi beberapa persyaratan dan karakteristik yang berbeda dengan pusat komersial lainnya. Beberapa karakteristik yang harus dipenuhi menurut Uli, 1985: 5 dan yang sudah terpenuhi adalah :

1. Penanganan suatu bangunan yang tergabung secara arsitektural yang menyediakan tempat untuk penyewa-penyewa terseleksi dan diatur dalam satu kesatuan manajemen untuk keuntungan penyewa itu sendiri.

Maksudnya adalah apabila suatu pusat perbelanjaan mempunyai satu kesatuan bangunan yang tergabung secara arsitektural hal ini mempunyai keuntungan bagi dua belah pihak, pihak penyedia bangunan (developer) maupun pihak penyewa. Bagi pihak penyedia keuntungan yang didapat antara lain adalah kemudahan dalam berpromosi, karena banyaknya pilihan bagi penyewa. Kemudian kemudahan penanganan apabila terjadi permasalahan di dalam pusat perbelanjaan tersebut. Serta kemudahan dalam pelayanan terhadap penyewa dalam hal pemenuhan kebutuhan dari penyewa. Sedangkan bagi penyewa keuntungan yang di dapat dengan adanya pusat perbelanjaan yang tergabung secara arsitektural antara lain adalah kebutuhan dari penyewa akan lebih cepat terpenuhi. Kemudian yang didapat oleh pihak penyewa dalam promosi bagi masyarakat, adalah kesempatan bagi pihak penyewa untuk saling bekerja sama dalam mempromosikan masing-masing komoditasnya.

2. Lokasi mudah dicapai dengan *entrance* dan jalan keluar kendaraan yang jelas dan menyediakan jalur pejalan kaki (pedestrian).

Kemudahan pencapaian lokasi merupakan keuntungan bagi konsumen, karena secara aksesibilitas pusat perbelanjaan yang mudah dicapai lokasinya oleh masyarakat maka pengunjung akan banyak datang ke pusat perbelanjaan tersebut. Selain itu dengan tersedianya jalur pejalan kaki (pedestrian), pengunjung yang tidak mempunyai kendaraan pribadi akan merasa aman dan nyaman dalam pencapaian ke lokasi pertokoan yang diinginkan.

3. Penyediaan tempat parkir yang cukup, sesuai dengan yang dibutuhkan diatur sedemikian rupa untuk mendistribusikan pembeli. Jarak tempat parkir tidak terlalu jauh dari *entrance* bangunan dan depan masing-masing toko. Pengembangan tempat parkir juga harus disesuaikan dengan pengembangan suatu kawasan pusat perbelanjaan. Karena apabila pusat perbelanjaan semakin berkembang, kebutuhan untuk tempat parkir juga meningkat.
4. Penggolongan penyewa sehingga memungkinkan terjadinya interaksi antara toko-toko dan penyediaan barang selengkap mungkin sesuai dengan area perdagangan. Penggolongan pedagang ini sangat memudahkan pihak konsumen dalam melakukan aktivitas belanjanya. Karena posisi tawar dari konsumen juga meningkat. Selain itu konsumen juga mudah dalam mencari barang yang diinginkan karena informasi tentang areal barang yang dijual sangat jelas. Di pusat perbelanjaan *Bintan Center* belum terjadi penggolongan barang dagangan. Dikarenakan pembangunan pusat perbelanjaan *Bintan Center* memang belum 100 persen selesai. Diharapkan apabila pembangunan

sudah 100 persen penggolongan barang dagangan harus dilakukan oleh pihak pengembang karena merupakan salah satu daya tarik konsumen yang akan berbelanja di pusat perbelanjaan Bintan Center tersebut.

5. Lingkungan sekitar menunjang dan nyaman untuk berbelanja. Lingkungan yang nyaman jelas sangat menarik pihak konsumen dalam berbelanja di suatu pusat perbelanjaan.

Dari karakteristik yang disebutkan di atas, Bintan Center telah memenuhi beberapa karakteristik dalam penataan ruang, antara lain lokasi Bintan Center yang mudah dicapai dengan *entrance* dan jalan keluar kendaraan yang jelas serta sudah mempunyai jalur pejalan kaki, tempat parkir yang cukup dan jaraknya yang dekat dengan masing-masing toko, dan lingkungan sekitar yang nyaman untuk berbelanja. Tetapi bila dilihat dari penggolongan penyewa, masih belum teratur. Karena jenis barang yang diperdagangkan belum mengelompok seperti yang disyaratkan dalam sebuah pusat perbelanjaan.

Secara keseluruhan, pembangunan Pusat Perbelanjaan Bintan Center memang belum 100% selesai dan sampai sekarang masih melakukan aktivitas penyempurnaan pengembangan fasilitas dan sarana prasarana di kawasan tersebut. Untuk menambah daya tarik pembeli agar datang ke sebuah pusat perbelanjaan, di samping kriteria tersebut di atas, Pusat Perbelanjaan Bintan Center harus memenuhi beberapa kriteria lagi, antara lain:

1. Fasilitas pelayanan untuk pengiriman barang dagangan.

Saat ini di pusat perbelanjaan Bintan Center belum mempunyai fasilitas pelayanan untuk pengiriman barang dagangan. Selama ini pedagang masih melakukan pengiriman barang dengan kendaraan pribadi. Hal ini tentu saja menyulitkan pedagang dalam melakukan aktivitas perdagangan.

2. Perlengkapan site seperti pertamanan, lampu dan papan reklame dirancang untuk menciptakan suatu keadaan yang menarik sesuai dengan yang diinginkan. Saat ini belum ada perlengkapan seperti tersebut di atas di pusat perbelanjaan Bintan Center. Dengan adanya perlengkapan tersebut di atas, pihak developer mendapatkan keuntungan dari adanya papan reklame, dan kenyamanan konsumen dengan adanya taman dan lampu pada saat malam hari. Apabila perlengkapan tersebut ditata dengan baik, maka selain nyaman, pusat perbelanjaan Bintan Center akan terasa indah dipandang pada malam hari.

3. Fasilitas rekreasi seperti taman bermain, fitness center, tennis court, kolam renang, dan fasilitas rekreasi lainnya. Fasilitas tersebut merupakan fasilitas penunjang pusat perbelanjaan Bintan Center. Dengan adanya fasilitas tersebut di atas, konsumen selain melakukan aktivitas belanja, bisa juga melakukan aktivitas-aktivitas yang lain.

4. Fasilitas pendidikan berupa Taman Kanak-kanak (TK). Dengan adanya fasilitas pendidikan berupa Taman Kanak-kanak, maka pusat perbelanjaan Bintan Center mempunyai pengunjung yang tepat, yaitu pengantar anak-anak yang bersekolah di tempat tersebut.

5. Kemudahan pencapaian dari satu toko ke toko yang lain. Dengan adanya kemudahan dalam pencapaian dari satu toko ke toko yang lain, maka pengunjung akan merasa senang berbelanja di pusat perbelanjaan Bintan Center. Karena pengunjung bisa mudah mencapai lokasi toko yang satu dengan yang lain.

Kelima kriteria yang disebutkan di atas belum dipenuhi oleh Pusat Perbelanjaan Bintan Center. Tetapi sudah merupakan bagian dari perencanaan yang telah disusun. Dan direncanakan akan selesai pada pembangunan Tahap ke 3 pada Sektor I (Tahun 2006).

4.4 Analisis Pelayanan Pusat Perbelanjaan Bintan Center

Di Kota Tanjungpinang terdapat beberapa pusat perbelanjaan yang menyebar di tiga kecamatan, antara lain Bintan Center (Kecamatan Tanjungpinang Timur), Bintan Plaza (Kecamatan Bukit Bestari), Ramayana (Kawasan Tanjungpinang Barat) dan Bestari Mall (Tanjungpinang Kota).

Diasumsikan pusat perbelanjaan Bintan Center disebut sebagai titik A, dan pusat perbelanjaan lain disebut sebagai titik B, maka jangkauan pelayanan dari pusat perbelanjaan Bintan Center sampai dengan titik hentinya dapat dilihat pada Tabel IV.35.

TABEL IV.35
KONDISI EKSISTING PUSAT PERBELANJAAN
DI KOTA TANJUNGPINANG

VARIABEL	KONDISI EKSISTING			
	BINTAN CENTER	BINTAN PLAZA	RAMAYANA	BESTARI MALL
Jangkauan Pelayanan	-	-	-	-
Jarak dari Bintang Center	-	4.500 m	4.000 m	8.000 m
Jumlah Penduduk Kecamatan	28.996 jiwa	41.908 jiwa	46.040 jiwa	17.980 jiwa

Sumber: Hasil Analisis, 2005

TABEL IV.36
JANGKAUAN PELAYANAN DARI DAN MENUJU BINTAN CENTER
MENUJU DAN DARI PUSAT PERBELANJAAN LAIN

JANGKAUAN PELAYANAN DARI DAN MENUJU BINTAN CENTER MENUJU DAN DARI PUSAT PERBELANJAAN LAIN			
Dari Bintang Center Ke Arah Bintang Plaza	3,343	1,157	1,456
Dari Bintang Center Ke Arah Ramayana	3,042	958	1,272
Dari Bintang Center Ke Arah Bestari Mall	4,429	3,571	2,536
Dari Bintang Plaza ke Arah Bintang Center	2,612	1,888	2,612
Dari Ramayana Ke Arah Bintang Center	2,230	1,770	2,230
Dari Bestari Mall Ke Arah Bintang Center	6,107	1,893	6,107

Sumber : Hasil Analisis 2005

Jangkauan pelayanan dari pusat pelayanan Bintang Center ke arah pusat perbelanjaan Bintang Plaza sejauh 3.343 m (3,3 km), sedangkan jangkauan pelayanan dari Bintang Plaza ke arah Bintang Center sejauh 2.612 m (2,6 km). Jarak antara Bintang Center dan Bintang Plaza sejauh 4.400 m (4,5 km). Hal ini menunjukkan bahwa pada jarak kurang dari 1.888 m (1,9 km) dari Bintang Center,

orang cenderung berbelanja di Bintan Center, namun pada jarak lebih dari 3,3 km, orang cenderung berbelanja di Bintan Plaza. Pada jarak antara 1,9 km dan 3,3 km dari Bintan Center, penduduk akan memilih tempat mereka berbelanja apakah di Bintan Center ataukah di Bintan Plaza.

Pusat perbelanjaan Bintan Center memiliki jangkauan pelayanan sejauh 3.042 m (3 km) ke arah pusat perbelanjaan Ramayana, sedangkan pusat perbelanjaan Ramayana memiliki jangkauan pelayanan sejauh 2.230 m (2,2 km) dari Ramayana menuju Bintan Center. Pada jarak kurang dari 1.770 m (1,7 km) dari Bintan Center, penduduk akan cenderung berbelanja di Bintan Center. Namun pada jarak lebih dari 3 km penduduk cenderung memilih berbelanja di Ramayana, sedangkan pada jarak antara 1,7 km dan 3 km penduduk lebih fleksibel memilih mengunjungi Bintan Center ataukah Ramayana.

Jangkauan pelayanan dari Bintan Center mencapai jarak 4.429 m (4,4 km) ke arah pusat perbelanjaan Bestari Mall, sedangkan jangkauan pelayanan dari Bestari Mall sejauh 6.107 m (6,1 km) menuju Bintan Center. Dalam radius kurang dari 1.893 m (1,9 km) dari Bintan Center, orang lebih cenderung memilih berbelanja di Bintan Center. Sedangkan dalam radius lebih dari 4,4 km, penduduk cenderung memilih berbelanja di Bestari Mall. Pada jarak antara 1,9 km dan 4,4 km dari Bintan Center, penduduk cenderung lebih fleksibel dalam memilih pusat perbelanjaan yang akan mereka kunjungi yaitu Bintan Center atau Bestari Mall.

Pada jarak aman, yaitu jarak maksimal penduduk untuk berbelanja selain di pusat perbelanjaan Bintan Center, pusat perbelanjaan Bintan Center merupakan satu-satunya pilihan tempat berbelanja terdekat bagi penduduk. Setelah jarak

terjauh dari jangkauan pelayanan Bintan Center, penduduk akan cenderung memilih pusat perbelanjaan lain sebagai tempat tujuan berbelanja, sedangkan pada jarak antara jarak terdekat dimana pembeli pasti menuju Bintan Center dan jarak pelayanan terjauh, penduduk lebih fleksibel dalam menentukan pilihan tempat berbelanja di Bintan Center atau di pusat perbelanjaan lainnya. Namun demikian, bukan berarti penduduk dalam jarak terdekat pasti berbelanja di Bintan Center. Apabila keberadaan Bintan Center tidak memberikan penduduk kepuasan dalam berbelanja ataupun dalam memanfaatkan fasilitas yang ada, bukan tidak mungkin penduduk akan memilih pusat perbelanjaan yang lain sebagai tempat tujuan berbelanja. Penduduk yang berada di lokasi jangkauan pelayanan terdekat termasuk dalam jenis pelanggan setia yang harus diperhatikan tingkat kepuasannya.

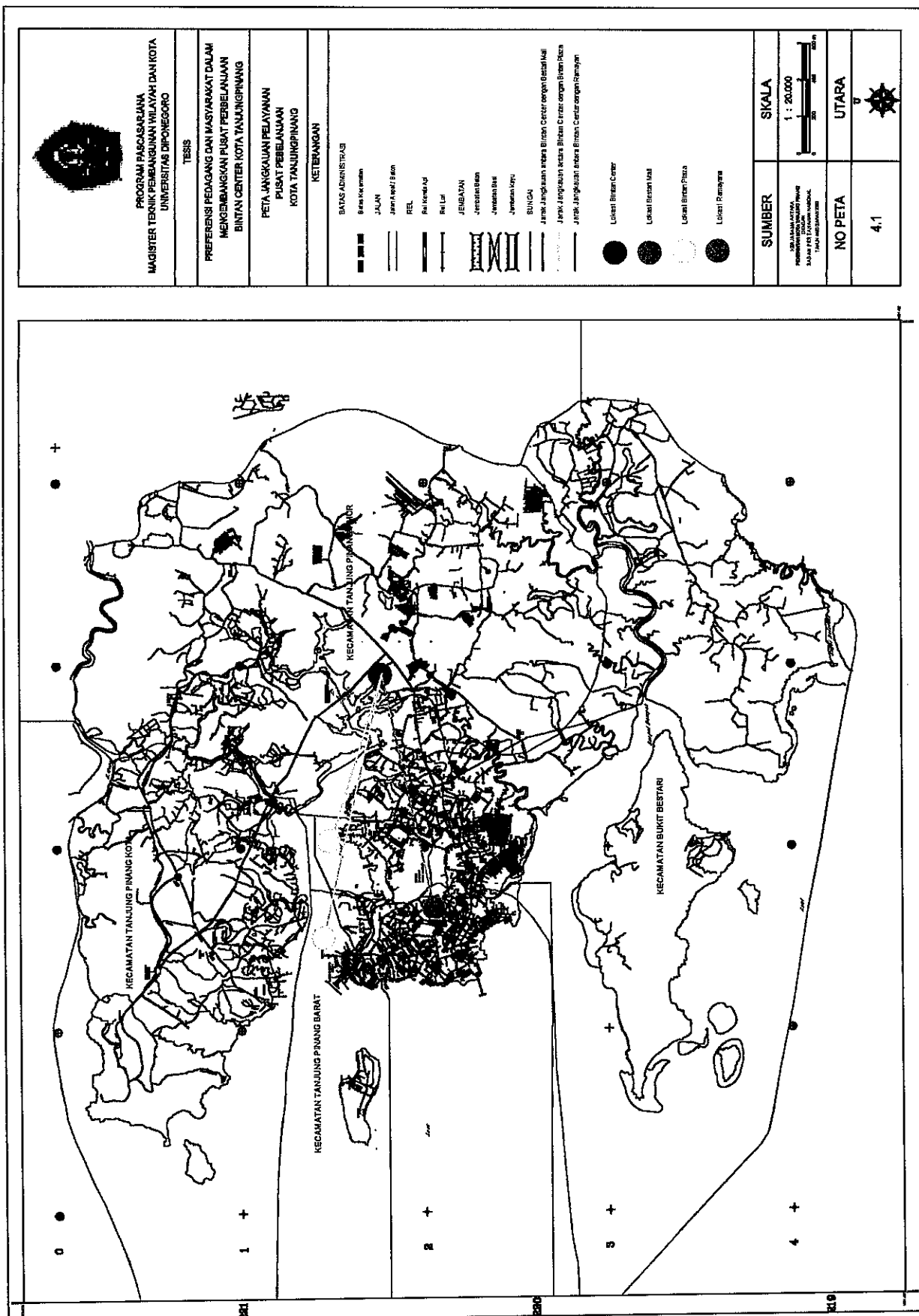
Apabila dibandingkan dengan lokasi perumahan yang merupakan lokasi tempat tinggal responden studi ini, diketahui bahwa memang sebagian besar responden yang berbelanja di Bintan Center adalah penduduk yang lokasi tempat tinggalnya tidak jauh dari Bintan Center. Hanya sedikit penduduk dari daerah yang jauh tempat tinggalnya dari Bintan Center yang bersedia berbelanja di Bintan Center.

Penduduk yang berada dalam radius antara batas jangkauan pelayanan terdekat, yang cenderung memilih mengunjungi Bintan Center, hingga penduduk yang berada dalam radius jangkauan pelayanan terjauh merupakan tipe penduduk pemilih dimana mereka lebih fleksibel dalam memilih pusat perbelanjaan yang ingin mereka kunjungi. Penduduk yang berada dalam daerah antara ini merupakan

penduduk yang potensial untuk dibuat tertarik mengunjungi Bintan Center. Dengan demikian harus dicari tahu alasan yang membuat mereka bersedia mengunjungi Bintan Center dibandingkan dengan pusat perbelanjaan lainnya sehingga pengembang dapat menyediakan kebutuhan yang diinginkan oleh penduduk yang berada dalam daerah antara, serta tetap mempertahankan para pelanggan ini untuk tetap mengunjungi Bintan Center. (Lihat Peta berikut)

4.5 Analisis Ketersediaan Sarana dan Prasarana Pendukung Pusat Perbelanjaan Bintan Center

Untuk mengembangkan dan mewujudkan pembangunan tersebut, baik pasar tradisional maupun pertokoan serta fasilitas-fasilitas yang ada tersebut dibutuhkan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Sehingga beberapa rencana pengembangan kawasan Pusat Perbelanjaan Bintan Center yang seharusnya telah selesai tahun 2004 belum juga selesai. Dari hasil survei yang diperoleh hal ini disebabkan faktor biaya dari pihak pengembang, sehingga proses percepatan pengembangan sarana perdagangan tidak sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan.



4.5.1 Analisis Ketersediaan Sarana Transportasi

Kota Tanjungpinang memiliki beberapa moda angkutan darat, antara lain *transport* (mobil angkutan sejenis L300), ojek, dan taksi yang melayani Kota Tanjungpinang baik itu wilayah angkutan dalam maupun luar kota. *Transport* dan ojek merupakan angkutan dalam kota, sedangkan taksi dapat digunakan sebagai angkutan dalam maupun luar kota. Moda transportasi di Kota Tanjungpinang tidak memiliki trayek pergerakan yang jelas dimana trayek mengikuti keinginan dari pengguna (lebih bersifat seperti angkutan taksi).

Di Kawasan Bintan Center saat ini trayek angkutan masih melakukan pergerakan sebatas daerah terluar dari kawasan Bintan Center yang dekat dengan jalan utama. Hal ini disebabkan karena daerah dalam kawasan belum banyak dimanfaatkan untuk aktivitas perdagangan dan jasa.

Meskipun prasarana jalan di Bintan Center terdiri dari dua jalur yang dapat mendukung perkembangan sebuah pusat perbelanjaan dengan lebar jalan cukup untuk menampung kelancaran pergerakan yang disebabkan oleh aktivitas ekonomi yang nantinya akan berkembang di dalam kawasan Bintan Center. Namun demikian, disebabkan masih banyak ruko di dalam kawasan yang belum digunakan, maka belum ada aktivitas yang dapat dilayani oleh sarana transportasi yang ada sehingga angkutan kota enggan melayani trayek lebih jauh ke dalam kawasan.

Agar daerah di dalam ruko juga dapat berkembang, peran serta transportasi akan sangat membantu. Pengembang untuk sementara dapat mengadakan angkutan perintis 1 atau 2 angkutan untuk memancing agar

penduduk sekitar Bintan Center tertarik untuk melihat daerah dalam kawasan Bintan Center, dengan demikian para pemilik ruko yang belum aktif akan melihat bahwa dengan adanya transportasi hingga ke dalam kawasan maka ada harapan bahwa daerah bagian dalam kawasan juga dapat berkembang dan dapat memberikan keuntungan sehingga mereka akan aktif mengoperasikan rukonya dan penduduk yang mengunjungi Bintan Center akan lebih sering datang.

4.5.2 Analisis Ketersediaan Sarana Ruang Parkir

Lahan parkir di kawasan Bintan Center dialokasikan di depan ruko yang disediakan oleh pengembang sehingga nantinya diharapkan dapat mempermudah interaksi antara pengunjung dengan aktivitas yang dijalankan pemilik ruko. Akan tetapi, dengan masih sedikitnya ruko yang digunakan, penggunaan lahan parkir menjadi tidak optimal, sebab masih banyak lahan parkir yang belum dimanfaatkan.

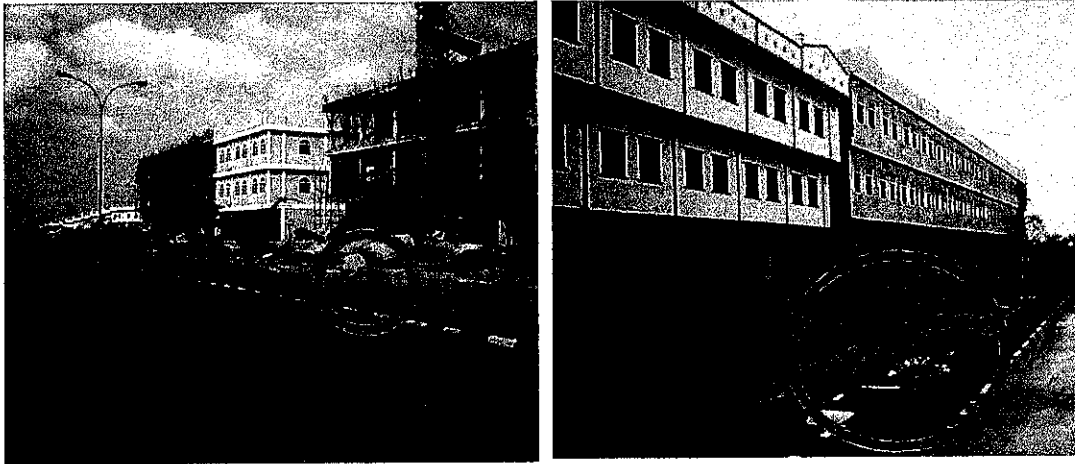


GAMBAR 4.2
LOKASI PARKIR DITEMPATKAN DI DEPAN RUKO/BANGUNAN

4.5.3 Analisis Ketersediaan Sarana Ruang Terbuka Hijau

Saat ini Kawasan Bintan Center masih merupakan kawasan yang baru dikembangkan sebagai pusat perbelanjaan baru di Kota Tanjungpinang, sehingga belum banyak ruang terbuka yang sudah digunakan sesuai dengan peruntukannya. Alokasi ruang yang sedianya diperuntukkan sebagai ruang terbuka belum nampak jelas sebagai ruang terbuka sebab sebagian besar pohon masih berusia muda sehingga belum dapat dipandang untuk keindahan maupun keasrian kawasan. Menurut perencanaannya, pengembang menyediakan lahan seluas 1 Ha untuk ruang terbuka hijau, untuk pembangunan lapangan golf seluas 15 Ha, fasilitas umum seperti taman, sarana olahraga, sarana rekreasi dan sarana lainnya seluas 10 Ha. Dengan demikian jumlah ruang terbuka di Kawasan Bintan Center diperkirakan seluas 26 Ha.

Apabila menggunakan standar Building Coverage 70%, setidaknya Kawasan Bintan Center memiliki lahan terbuka hijau seluas 60 Ha. Namun ternyata hal tersebut tidak dipenuhi dan kawasan ini masih kekurangan lahan terbuka hijau seluas 34 Ha.



GAMBAR 4.3
TANAMAN YANG DIGUNAKAN UNTUK PENGHIJAUAN
DI KAWASAN BINTAN CENTER

4.5.4 Analisis Ketersediaan Prasarana Air Bersih dan Sanitasi

Kebutuhan air bersih Kawasan Bintang Center dicukupi oleh supply dari PDAM Kota Tanjungpinang dan secara umum seluruh kebutuhan air bersih telah tercukupi. Begitupula halnya dengan sarana sanitasi yang disediakan oleh pengembang kawasan Bintang Center. Dari 20 WC Umum yang direncanakan, saat ini baru tersedia 2 unit WC Umum, dimana karena jumlah pengunjung yang belum ramai, maka baru digunakan 1 unit WC Umum yang terdiri dari 4 kamar untuk pria dan 4 kamar untuk wanita. Pembangunan WC Umum yang hanya sedikit didasarkan pada asumsi bahwa saat ini aktivitas yang ada masih sedikit maka penggunaannya pun masih sedikit, sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan sanitasi di kawasan Bintang Center saat ini telah tercukupi. Namun demikian, seiring dengan semakin berkembangnya Kota Tanjungpinang yang dapat berdampak pula pada perkembangan Kawasan Bintang Center, maka kebutuhan akan air bersih dan sanitasi tentunya akan terus meningkat.

4.5.5 Analisis Ketersediaan Sarana Perdagangan

Kawasan Bintang Center direncanakan oleh pemerintah Kota Tanjungpinang sebagai kawasan pusat perdagangan dan jasa. Di Kecamatan Tanjungpinang Timur saat ini telah terdapat kios sejumlah 480 buah kios yang melayani 28.996 jiwa penduduk kecamatan. Rencana ruko yang disediakan di dalam kawasan Bintang Center hingga tahun 2006 sebanyak 1500 ruko, yang telah dibangun sebanyak 835, yang sudah terjual 573, sedangkan yang telah aktif digunakan sebanyak 165 ruko.

Apabila jumlah ruko yang telah aktif ditambahkan dengan jumlah kios yang saat ini ada di Kecamatan Tanjungpinang Timur, rata-rata satu kios/ruko dapat melayani 45 orang. Apabila seluruh kios yang telah terjual telah aktif, bersama-sama dengan kios yang telah ada di seluruh Kecamatan Tanjungpinang Timur, maka rata-rata tiap kios/ruko dapat melayani 28 orang.

Menurut Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 378/KPTS/1987, bentuk dari sarana perbelanjaan dan niaga tergantung dari seberapa besar jumlah penduduk yang dilayani. Pusat perbelanjaan untuk kawasan dengan jumlah penduduk 30.000 jiwa membutuhkan lokasi dengan luas 13.500 m². Kawasan Bintang Center terletak di Kecamatan Tanjungpinang Timur dengan jumlah penduduk 28.996 jiwa. Seharusnya kawasan pusat perbelanjaan yang dibangun tidak melebihi 13.500 m².

Pusat perbelanjaan dan niaga kawasan dengan jumlah penduduk 480.000 jiwa membutuhkan lokasi seluas 96.000 m². Namun kenyataannya kawasan Bintang Center dibangun di lahan seluas 200 Ha yang sebenarnya diperuntukkan

bagi kawasan dengan jumlah penduduk lebih dari 480.000 jiwa, padahal jumlah penduduk Kota Tanjungpinang hanya 158.649 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa Kawasan Bintan Center dibangun dengan skala pelayanan kota dan diperuntukkan untuk alokasi kawasan perdagangan Kota Tanjungpinang dalam jangka panjang dimana kebutuhan akan sarana perdagangan dan jasa, dalam hal ini ketersediaan lahan untuk kawasan perdagangan akan semakin meningkat sementara harga lahan akan semakin tinggi.

Pemahaman akan skala pelayanan kawasan dan tujuan pembangunan pusat perbelanjaan, dalam hal ini Bintan Center, menunjukkan bahwa apabila saat ini kawasan Bintan Center masih sepi pengunjung, dari segi ketersediaan sarana perdagangan hal ini dapat disebabkan karena dua hal yaitu :

- a. Jumlah penduduk yang dilayani masih sedikit dan di bawah skala pelayanan Bintan Center yang sesungguhnya
- b. Sarana dan prasarana yang ada belum difungsikan secara optimal sehingga kurang menarik penduduk untuk datang berkunjung.

Untuk dapat menarik penduduk sekitar Bintan Center, terutama penduduk Kecamatan Tanjungpinang Timur untuk berbelanja di Bintan Center sembari menunggu jumlah penduduk Kota Tanjungpinang memenuhi syarat skala pelayanan yang menjadi dasar pembangunan Bintan Center, sebaiknya dibangun terlebih dahulu sarana dan prasarana yang sekiranya memiliki daya tarik cukup tinggi untuk dikunjungi serta dibangun dahulu sarana dan prasarana yang sangat dibutuhkan untuk kelancaran aktivitas dalam kawasan.

4.6 Analisis Preferensi Pedagang Terhadap Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintan Center

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pedagang di Pusat Perbelanjaan Bintan Center serta dikaitkan dengan teori yang ada dalam pengembangan sebuah pusat perbelanjaan, ada beberapa analisis yang bisa dilakukan antara lain :

1. Menurut Uli (1985: 5), salah satu karakteristik yang harus dipenuhi dalam sebuah pusat perbelanjaan adalah lingkungan sekitar yang menunjang dan nyaman untuk berbelanja. Menunjang dan nyaman yang dimaksudkan di sini adalah di samping adanya ketenangan dari gangguan-gangguan luar seperti copet, ketersediaan sarana listrik, air bersih dan WC umum juga sangat menentukan. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa 75 % mengatakan bahwa sarana air bersih sudah tersedia, WC umum juga sudah mencukupi (97, 2 %), dan ketersediaan sarana listrik juga sudah mencukupi (78,8 %). Serta adanya keamanan yang terjamin, mengingat di Pusat Perbelanjaan Bintan Center sudah disediakan pos penjagaan dan petugas keamanan yang diharapkan bukan hanya untuk memberikan keamanan bagi konsumen tapi juga bagi pedagang.
2. Parkir yang lapang/luas dan mudah dicapai oleh pengunjung/konsumen ataupun bagi pedagang dalam parkir kendaraan (aksesibel), serta jarak tempat parkir yang tidak terlalu jauh dari estrance bangunan dan depan masing-masing toko juga merupakan karakteristik sebuah pusat perbelanjaan. Dari hasil penelitian 97,2 % pedagang mengatakan bahwa tempat parkir yang

disediakan sudah sangat memadai dan cukup luas serta tidak mengganggu aktifitas perdagangan.

3. Pejalan kaki (pedestrian) yang terlindungi di mana di Pusat Perbelanjaan Bintan Center sarana untuk pejalan kaki disediakan dengan lapang. 88,9 % pedagang mengatakan sudah memadai dan lumayan.
4. Dari hasil survei dan wawancara ditemukan sebagian besar pedagang yang ada di Pusat Perbelanjaan Bintan Center bertempat tinggal di perumahan-perumahan sekitar Pusat Perbelanjaan Bintan Center, diantaranya Perumahan Kijang Kencana I-IV, perumahan Lembah Asri Perumahan Taman Seraya, dan perumahan-perumahan lainnya, bahkan sebagian pedagang juga ada yang bertempat tinggal di ruko tersebut sebanyak 10 responden (27,8%).
5. Kondisi jalan yang sudah baik (sudah aspal) dan pengaturan jalur yang sudah baik memudahkan aktivitas transaksi jual-beli.

Beberapa faktor-faktor tersebut itulah, para pedagang mengharapkan adanya peningkatan hasil penjualan yang diperoleh. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa sejak dibukanya Pusat Perbelanjaan Bintan Center, aktivitas perdagangan di Bintan Center ini belum menunjukkan hasil yang diharapkan. Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh data bahwa hanya sekitar 5,6% pedagang yang mengalami kenaikan omset rata-rata per bulannya. Selebihnya tetap atau tidak mengalami perubahan, bahkan sebagian besar mengalami penurunan jumlah omset. Peningkatan jumlah pelanggan pun tidak mengalami peningkatan yang besar bagi para pedagang. Hanya 3% dari pedagang yang merasakan adanya

peningkatan jumlah pelanggan, jauh dari harapan bahwa setelah berpindah ke Pusat Perbelanjaan Bintan Center akan ada peningkatan jumlah pelanggan yang meningkatkan aktivitas jual-beli. Padahal selama melakukan aktivitasnya, para pedagang jarang mendapatkan keluhan terkait dengan barang dagangan mereka.

Belum optimalnya Bintan Center inilah yang membuat para pedagang sedikit ragu, apakah harapan-harapan mereka dapat segera terwujud untuk dapat meningkatkan omset pendapatan mereka. Faktor utama yang dikemukakan hampir sama yaitu belum berfungsinya atau belum dibukanya semua ruko yang ada. Para pedagang meyakini bahwa dengan dibukanya semua ruko yang ada akan menarik konsumen lebih banyak, paling tidak hanya untuk sekedar masuk dan melihat-lihat masuk ke kawasan Pusat Perbelanjaan Bintan Center.

Dari data penelitian yang diperoleh, muncul beberapa harapan dan saran yang disampaikan pedagang yang diharapkan dapat membantu percepatan untuk meramaikan Pusat Perbelanjaan Bintan Center, yaitu :

1. Ruko-ruko dapat segera dibuka semua, mengingat sampai saat ini masih banyak ruko-ruko yang belum dimanfaatkan atau digunakan untuk aktivitas perdagangan. Karena informasi yang mereka dapatkan bahwa ruko-ruko tersebut telah disewa namun belum dimanfaatkan.
2. Adanya sarana terminal di Pusat Perbelanjaan Bintan Center bagi masyarakat dapat difungsikan kembali yang dapat dijadikan pemancing untuk menarik konsumen untuk datang ke Bintan Center. Hal ini mengingat terminal ini dahulu pernah beroperasi dan terlihat peningkatan lalu lintas di kawasan Pusat Perbelanjaan Bintan Center.

3. Diharapkan adanya percepatan dari pengembang untuk dapat segera mewujudkan pembangunan fasilitas-fasilitas yang belum tersedia, seperti taman bermain, fasilitas olah raga, dan lain-lain. Di mana hal ini telah dijanjikan oleh pengembang.
4. Adanya promosi keluar ke daerah diluar Batu X tentang keberadaan Pusat Perbelanjaan Bintang Center. Hal ini dapat dilakukan antara pihak pengembang dan pemerintah.

4.7 Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center

Sebagai pusat perbelanjaan, Bintang Center diharapkan dapat memenuhi kebutuhan bagi masyarakat. Dari data yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat ada beberapa hal yang membuat ketertarikan konsumen/masyarakat untuk melakukan kegiatan jual-beli di kawasan Pusat Perbelanjaan Bintang Center ini.

1. Dari segi lokasi, Pusat Perbelanjaan Bintang Center tidak terlalu sulit untuk dijangkau baik dengan kendaraan maupun dengan berjalan kaki dan cukup strategis.
2. Adanya kenyamanan dan ketenangan dalam berbelanja, mengingat kawasan Pusat Perbelanjaan Bintang Center terasa demikian luas sehingga tidak harus berdesakan dalam melakukan aktivitas jual beli.
3. Penataan yang rapi dan teratur semakin membuat nyaman dalam berbelanja.
4. Adanya sarana air bersih, WC umum, dan listrik yang disediakan.
5. Tempat parkir yang luas dan nyaman.

6. Adanya jaminan keamanan di kawasan Bintan Center sehingga menambah kenyamanan dalam berbelanja dimana 80,6% dari konsumen menyatakan bahwa kawasan Bintan Center dirasakan aman.
7. Kondisi jalan yang sudah bagus (sudah aspal) dan terlihat bersih serta sarana untuk pejalan kaki yang disediakan sudah memadai.

Namun ada hal-hal yang masih menjadi kendala bagi masyarakat untuk melangkah ke kaki mereka ke Pusat Perbelanjaan Bintan Center ini. Dari survei yang dilakukan ditemukan beberapa kekurangan yang masih mereka rasakan, antara lain:

1. Belum lengkapnya variasi barang-barang yang tersedia di ruko-ruko di kawasan Bintan Center, sehingga tidak ada alternatif bagi mereka untuk melakukan perbandingan ataupun mencari variasi yang lain dari barang yang diperlukan.
2. Kurang semaraknya suasana di kawasan Pusat Perbelanjaan Bintan Center, seperti sarana rekreasi yang belum ada dan terasa sepi karena masih terlalu banyak ruko yang belum dibuka.
3. Secara kualitas, barang-barang yang dijual masih memiliki kualitas rendah. Sebanyak 61,4% responden konsumen menyatakan hal tersebut. Sehingga perlu ada peningkatan kualitas produk yang dijual.

Harapan terbesar dari masyarakat sebagai konsumen terhadap Pusat Perbelanjaan Bintan Center adalah adanya tambahan fasilitas hiburan di Bintan Center. Dari survei yang dilakukan 100% responden merasakan belum adanya sarana rekreasi di kawasan Pusat Perbelanjaan Bintan Center seperti taman

bermain untuk anak-anak, taman hijau, atau sarana olah raga. Selain itu adanya sarana terminal yang ada di kaawasan Pusat Perbelanjaan Bintang Center dapat diaktifkan kembali serta dibukanya semua ruko yang ada untuk dapat meramaikan Bintang Center.

4.8 Pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintang Center Kota Tanjungpinang

Pusat Perbelanjaan Bintang Center adalah bagian dari rencana masterplan/rencana besar untuk mewujudkan Bintang Center sebagai kawasan perdagangan dan ekonomi sesuai dengan Rencana Umum Tata Ruang (RUTR) yang ada, dimana telah dibuat pentahapan pembangunan dari total seluruh areal \pm 200 ha untuk menjadi daerah Perumahan, Pertokoan, dan Kawasan Hunian yang Eksklusif di Batu X Tanjungpinang yang dinamakan dengan Super Block “BINTAN CENTER”. Adapun perencanaan komposisi penggunaan lahan Super Block “BINTAN CENTER” terdiri dari :

1. Sarana perumahan seluas 60 Ha
2. Sarana Pertokoan / Hotel / Shopping Center 60 Ha
3. Pasar Tradisional 1 Ha
4. Pasar Buah 0,5 ha
5. Sarana Jalan 50 Ha
6. Penghijauan 1 Ha
7. Sarana ibadah 0,5 Ha
8. Fasilitas Umum (Taman, Sarana Olahraga, dll) 10 Ha

9. Lapangan Golf 9 hole dengan 18 Tee Box 15 Ha

10. Sekolah 2 Ha

Seluruh perencanaan tersebut terbagi menjadi 3 sektor dan tiap sektor tersebut dibagi menjadi 3 tahap pelaksanaan pembangunan. Sedangkan kawasan Pusat Perbelanjaan Bintan Center termasuk dalam rencana Pembangunan Bintan Center Sektor I (pertama).

Pengembangan Ruang Terbuka Hijau merupakan bagian dari rencana besar Master Plan untuk mengembangkan suatu Kota Baru Pusat Perdagangan, Perumahan, dan Pertokoan di daerah Batu X. Untuk pengembangan ruang terbuka hijau di Kawasan Perdagangan Bintan Center secara keseluruhan belum terlaksana. Beberapa sudut kawasan sudah terlihat penataan untuk taman. Namun secara keseluruhan ruang terbuka hijau akan selesai bersamaan dengan pembangunan perdagangan secara menyeluruh.

Perencanaan pengembangan Pusat Perbelanjaan Bintan Center sudah sesuai dengan Rencana Tata Ruang yang ada di Kota Tanjungpinang, dimana kawasan Bintan Center memang diperuntukkan bagi pengembangan kawasan perdagangan dan jasa skala kota. Tetapi bila dilihat pada jangkauan pelayanannya, pusat perbelanjaan Bintan Center mempunyai jangkauan yang relatif lemah, karena tergantung dari jumlah penduduk yang kecil bila dibandingkan dengan jumlah penduduk dimana pusat perbelanjaan lain berada. Pusat perbelanjaan Bintan Center dalam perencanaannya memang untuk jangka panjang, dimana menurut perkiraan pengembang jumlah penduduk yang berada di kawasan Bintan Center akan berkembang lebih pesat sesuai dengan rencana Pemerintah Kota

Tanjungpinang yang akan memindahkan pusat kota ke kawasan Batu VIII ke atas. Dan hal ini juga didukung oleh adanya usaha dari para developer untuk membangun di daerah yang direncanakan oleh Pemerintah Kota.

Bila ditinjau dari segi sarana transportasi, pusat perbelanjaan Bintan Center tidak menyediakan sarana transportasi khusus untuk mengangkut pengunjung ke lokasi pusat perbelanjaan, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain dikarenakan belum berkembangnya aktifitas perdagangan yang berada di bagian dalam pusat perbelanjaan Bintan Center dan lancarnya sarana transportasi yang menuju ke jalan utama dari pusat perbelanjaan Bintan Center. Sementara sistem jaringan transportasi, baik dijalur utama maupun jalan yang berada dibagian dalam pusat perbelanjaan Bintan Center sudah 2 arah dan lebarnya sudah mencukupi kemungkinan aktifitas yang akan berkembang yaitu 4 meter disetiap ruas jalan.

Sarana parkir berada di depan setiap ruko-ruko dan masih bisa menampung kendaraan yang berhenti di Pusat Perbelanjaan Bintan Center. Hal ini memudahkan bagi pengunjung dalam menempatkan kendaraan yang digunakan dengan tidak perlu terlalu jauh berjalan untuk mengunjungi tempat yang dituju. Dan bila dilihat dari sarana perdagangan yang tersedia, ruko yang telah dibangun oleh pengembang ditambah dengan ruko/kios-kios yang berada di sekitar pusat perbelanjaan Bintan Center telah mencukupi dan sesuai dengan standar pelayanan yang ada.

Dari kondisi-kondisi tersebut diatas, maka timbul pertanyaan kenapa Pusat Perbelanjaan Bintan Center masih belum berkembang, sementara telah

sesuai dengan perencanaan dari Pemerintah Kota Tanjungpinang yaitu sebagai daerah pengembangan pusat perdagangan dan jasa dan telah tersedianya fasilitas yang dibutuhkan oleh sebuah pusat perbelanjaan, walaupun belum secara keseluruhan.

Berdasarkan wawancara dengan pedagang dan masyarakat, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Dari segi fasilitas atau sarana yang tersedia di pusat perbelanjaan Bintang Center, sudah memadai dan sudah dapat memenuhi kebutuhan mereka untuk melakukan aktifitas perdagangan dan jasa. Tetapi perlu adanya peningkatan ketersediaan sarana rekreasi dan perlunya penyelesaian segera ruang terbuka hijau agar para pengunjung Bintang Center mendapatkan kenyamanan dan keasrian dalam mengunjungi pusat perbelanjaan Bintang Center.
- Perlu adanya usaha dari Pemerintah Kota dan Pengembang untuk meramaikan pusat perbelanjaan Bintang Center, misalnya dengan memindahkan pusat perkantoran disekitar Bintang Center, seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Kota dan pengembang saat ini. Karena dengan ramainya pengunjung dikawasan Pusat Perbelanjaan Bintang Center akan dapat meningkatkan omzet mereka bila dibandingkan ditempat berjualan yang lama.
- Adanya sarana terminal di Pusat Perbelanjaan Bintang Center bagi masyarakat dapat difungsikan kembali yang dapat dijadikan pemancing untuk menarik konsumen untuk datang ke Bintang Center. Hal ini mengingat terminal ini dahulu pernah beroperasi dan terlihat peningkatan lalu lintas di kawasan Pusat Perbelanjaan Bintang Center.

- Adanya promosi keluar ke daerah diluar Batu X tentang keberadaan Pusat Perbelanjaan Bintan Center. Hal ini dapat dilakukan antara pihak pengembang dan pemerintah agar adanya minat dari pedagang untuk berjualan di Pusat Perbelanjaan Bintan Center.
- Perlunya kelengkapan variasi barang-barang yang tersedia di ruko-ruko dikawasan Bintan Center, sehingga tidak ada alternatif dari mereka untuk melakukan perbandingan ataupun mencari variasi yang lain dari barang yang diperlukan.
- Secara kualitas, barang- barang yang dijual masih tergolong rendah. Sehingga perlu dilakukan seleksi terhadap barang yang akan dijual di kawasan Bintan Center.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian tesis ini adalah sebagai berikut :

1. Penyebab tidak berkembangnya Pusat Perbelanjaan Bintan Center dikarenakan beberapa faktor, antara lain :
 - Belum terbangunnya fasilitas-fasilitas yang dapat menarik perhatian pengunjung dan pedagang untuk datang dan berjualan di Pusat Perbelanjaan Bintan Center, seperti fasilitas rekreasi, olahraga, dan lain-lain.
 - Kurangnya promosi, baik dari pengembang maupun Pemerintah Kota dalam usaha memperkenalkan Pusat Perbelanjaan Bintan Center.
 - Kurang teraturnya trayek angkutan umum dan belum masuknya angkutan umum ke kawasan pusat perbelanjaan.
 - Belum lengkapnya jenis barang yang dijual, sementara pengunjung dalam mengunjungi suatu kawasan adalah bagaimana mereka dapat memperoleh suatu kemudahan dengan melakukan satu kali kegiatan.
2. Faktor-faktor yang dapat mengembangkan pusat perbelanjaan Bintan Center berdasarkan preferensi pedagang dan masyarakat adalah:
 - Perlunya pengaturan tempat untuk penyewa-penyewa terseleksi dan diatur dalam satu kesatuan manajemen untuk keuntungan dan kemudahan bagi pedagang itu sendiri.

- Kemudahan dalam pencapaian suatu lokasi, baik dari segi transportasi maupun kenyamanan dalam melakukan aktifitas, misalnya dengan menyediakan jalur pejalan kaki (pedestrian) dan disediakan ruang terbuka hijau.
 - Penyediaan tempat parkir yang luas dan mudah dicapai oleh pengunjung/konsumen ataupun bagi pedagang dalam parkir kendaraan (aksesibel) serta jarak tempat parkir yang tidak terlalu jauh dari estrance bangunan dan depan masing-masing toko.
 - Tersedianya sarana dan prasarana WC, listrik, telpon dan air bersih yang sangat diperlukan oleh pengunjung/konsumen pada umumnya dan pedagang pada khususnya.
 - Penggolongan penyewa sehingga memungkinkan terjadinya interaksi antara toko-toko dan penyediaan barang selengkap mungkin sesuai dengan area perdagangan.
 - Lingkungan sekitar menunjang dan nyaman untuk berbelanja.
 - Tersedianya fasilitas pelayanan untuk pengiriman barang dagangan.
 - Perlengkapan sarana dan prasarana jalan dan ruang publik.
 - Kemudahan pencapaian dari satu toko ke toko yang lain.
3. Terdapat tiga daerah jangkauan pelayanan pusat perbelanjaan Bintan Center yaitu:
- a. Daerah dalam, yaitu daerah dimana penduduk di area ini lebih cenderung berbelanja di Bintan Center. Penduduk di daerah dalam ini perlu diperhatikan tingkat kepuasannya terhadap kualitas pelayanan dari Bintan Center sehingga mereka akan tetap setia berbelanja di Bintan Center.

- b. Daerah luar, yaitu daerah dimana penduduk di daerah ini akan cenderung berbelanja di pusat perbelanjaan lain (tidak di Bintang Center). Bintang Center perlu meningkatkan pelayanannya sehingga penduduk dari daerah di luar jangkauan pelayanan Bintang Center bersedia datang dan berbelanja di Bintang Center.
- c. Daerah antara, yaitu daerah dimana penduduk yang berada di daerah ini akan cenderung memilih pusat perbelanjaan yang akan mereka kunjungi. Pengembang Bintang Center perlu memperhatikan suara konsumen dan pedagang sehingga dapat meningkatkan pelayanannya agar penduduk di daerah ini akan cenderung memilih berbelanja di Bintang Center daripada berbelanja di pusat perbelanjaan lain.

5.2 Rekomendasi

Rekomendasi yang dapat diberikan dari hasil penelitian tesis ini adalah sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Pemerintah Kota Tanjungpinang

- Perlunya kerjasama antara Pengembang dan Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam usaha untuk menarik pedagang berjualan di kawasan Bintang Center dan menarik perhatian/minat masyarakat untuk mengunjungi Pusat Perbelanjaan Bintang Center.
- Perlunya mengaktifkan terminal yang ada agar dapat memancing masyarakat/konsumen untuk mengunjungi Pusat Perbelanjaan Bintang Center,

dengan adanya pengaturan trayek angkutan kota oleh Dinas Perhubungan Kota Tanjungpinang.

- Adanya promosi keluar kawasan Bintan Center tentang keberadaan Pusat Perbelanjaan Bintan Center, agar ruko-ruko yang ada dapat dibuka dan aktifitas perdagangan dapat lebih ramai.
- Perlunya pelaksanaan event-event tertentu di kawasan Bintan Center dalam rangka memperkenalkan kawasan Bintan Center kepada masyarakat dan pedagang.

5.2.2 Bagi Pengembang Pusat Perbelanjaan Bintan Center

- Diharapkan kepada pengembang untuk segera mewujudkan pembangunan fasilitas-fasilitas yang belum tersedia, seperti taman bermain, fasilitas olah raga, dan lain-lain.
- Perlu adanya pengaturan terhadap barang-barang yang akan dijual, agar adanya variasi terhadap barang-barang yang dijual, sehingga tidak ada alternatif bagi pengunjung untuk mencari variasi dipusat perbelanjaan lain
- Dan perlu adanya pengaturan terhadap kualitas barang yang dijual.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Beddington, Nadine. 1982. *Design for Shopping Centre*, London. Butterworth: Scientific
- Bintarto, R dan Surastopo, H. 1982. *Metode Analisa Geografi*. Jakarta: LP3ES
- Djakti, Dorojatun Kuntjoro. 1986. *Kemiskinan di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Darlow, C. 1972. *Enclosed Shopping Centre*. London: Architectural Press
- De Chiara, Joseph. 1969. *Urban Planning and Design Criteria*. New York: Von Nostrad Reinhold Co
- De Chiara, Joseph et. al. 1983. *Time Saver Standard for Building Types*. New York: Me Graw Hill Inc
- Gibber, Frederick. 1969. *Town Design*. London: Architectural Press
- Hadi, Sutrisno. 1982. *Metodologi Research 1-4*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM
- Hornby, A.S. 1974. *Oxford Advance Learner's Dictionary of Current English*. London: Oxford University Press
- Hartley, Robert F.M. 1980. *Challenge and Opportunity*. USA: Hongton Mifflin Company
- Blair, John P. 1995. *Local Economic Development, Analysis And Practice*. London: International Educational and Professional Publisher
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran : Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga
- Knox, Paul L. 1994. *Urbanization, An Introduction to Urban Georaphy*. New Jersey: Prentice Hall
- Mangkunegara, Prabu, AA Anwar. 1998. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Eresco

- Manning, Tajuddin et. al. 1991. *Urbanisasi, Pengangguran dan sektor Informal di Kota*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Mills, edward D. 1985. *Planning: The Architect Hand Book*. London: Newnes Butterworth
- Nuswantoro, Emile, dkk. 1993. *Shopping Mall di Surabaya*. Semarang: Unika Soegijapranata
- Poerwadarminta, WJS. 1995. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Probo, Anwar. 1988. *Perilaku Konsumen*. Badung: Eresco
- Rahardjo. 1982. *Perkembangan Kota dan Beberapa Permasalahannya* Yogyakarta: Fakultas Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada
- Soehartono, Irawan. 1999. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Rosdakarya
- Soekanto, Soerjono. 1981. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: UI-Press
- Sumanto. 1995. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Yogyakarta: Andi
- Swasta, Basu dan Handoko, T. Hani. 1987. *Manajemen Pemasaran, Analisis Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Uli. 1985. *Shopping Centre Development Handbook*. New York: Longman Group Limited

JURNAL, TESIS, MAJALAH ILMIAH

- Aminuddin, Iswar. 2003. *Kajian Kinerja Jalan Dalam Mendukung Aktifitas Kawasan Perdagangan dan Jasa di Jalan M.T. Haryono Kota Semarang*. Tesis tidak diterbitkan. Semarang: Program Studi Magister Teknik Pembangunan Kota, Universitas Diponegoro
- Anggorowati, Sonya. 2003. *Kajian Pengaruh Kemacetan Terhadap Aksesibilitas Melalui Manajemen Lalu Lintas di Kawasan Perdagangan Pasar Besar Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Semarang: Program studi Magister Teknik Pembangunan Kota, Universitas Diponegoro